



Факультет креативных индустрий  
Институт медиа

ОП «Журналистика»  
Специализация «Деловая  
журналистика»

Москва  
2025

# Специфика развития индийского медиаарынка в условиях деглобализации

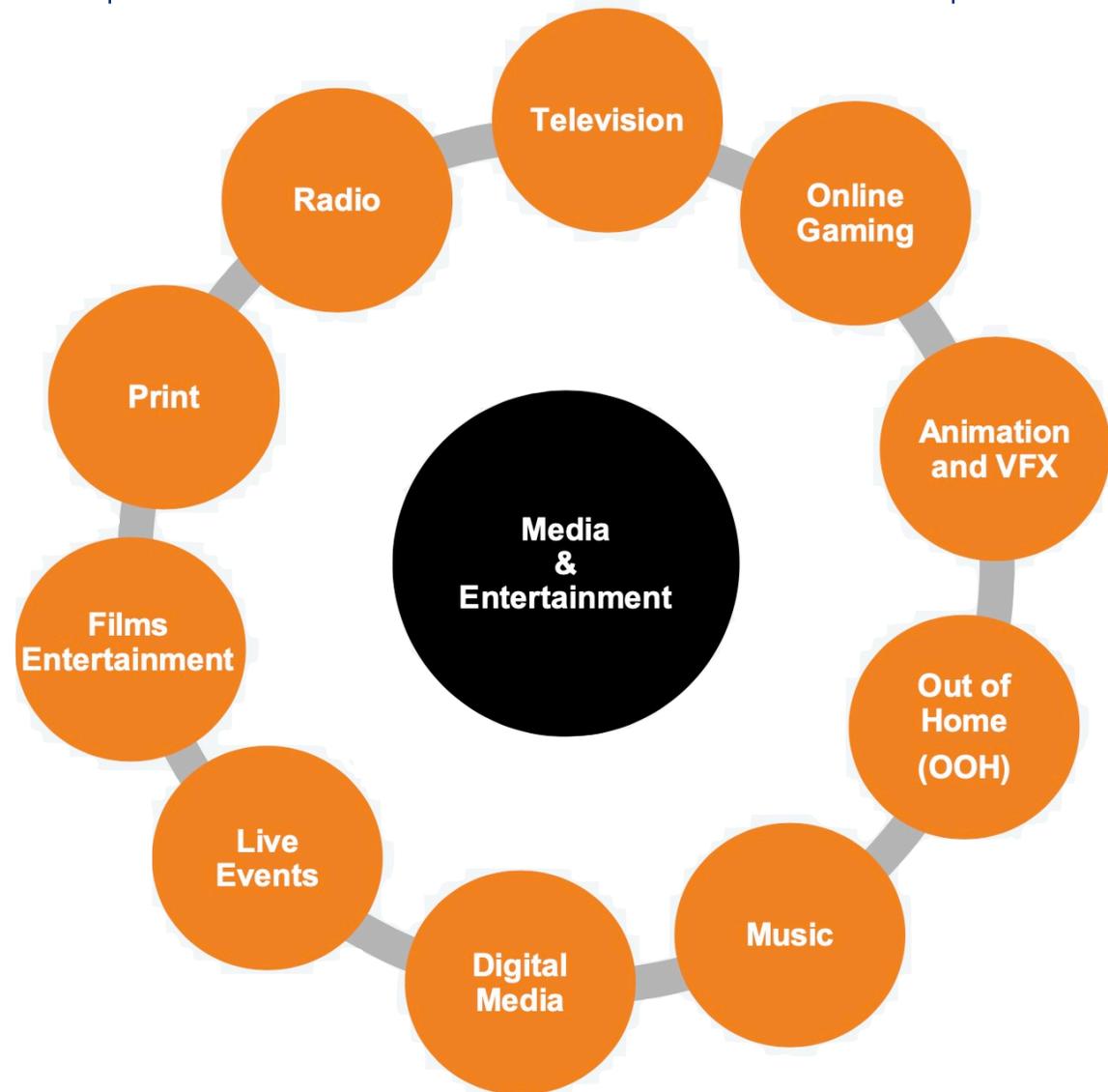
Степанова Анна Вадимовна



## Индийская медиа индустрия

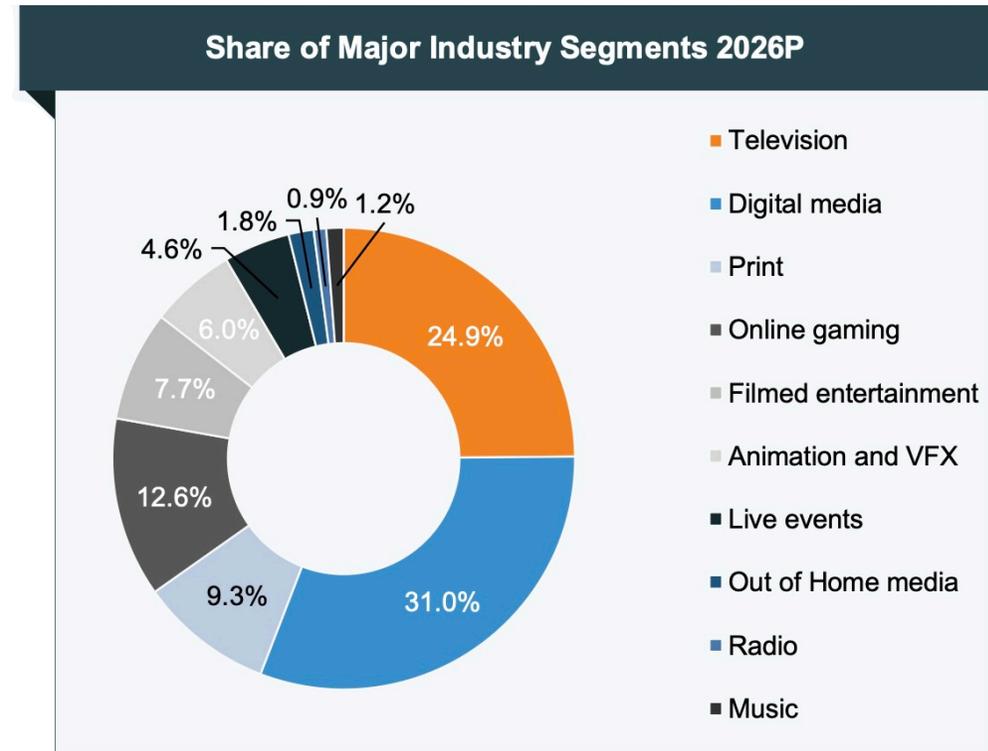
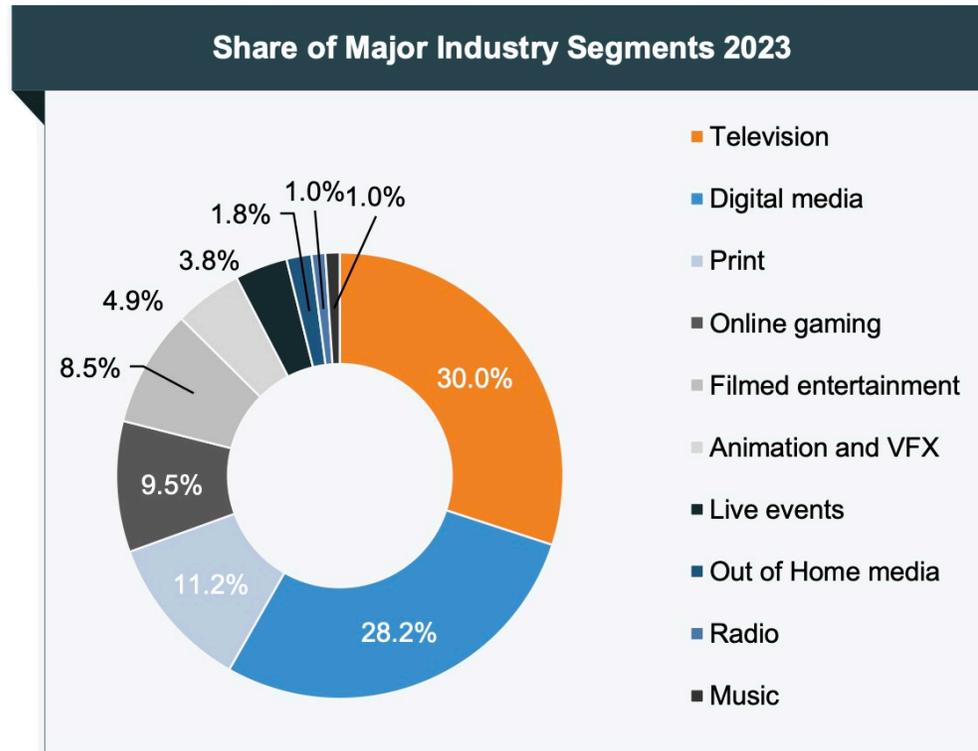
\$29,4 млрд — общий объём медиарынка Индии на конец 2024 года

Согласно отчету FICCI-EY индийский сектор M&E в 2024 году внёс 0,73% в ВВП страны.





## Телевидение VS цифровые медиа



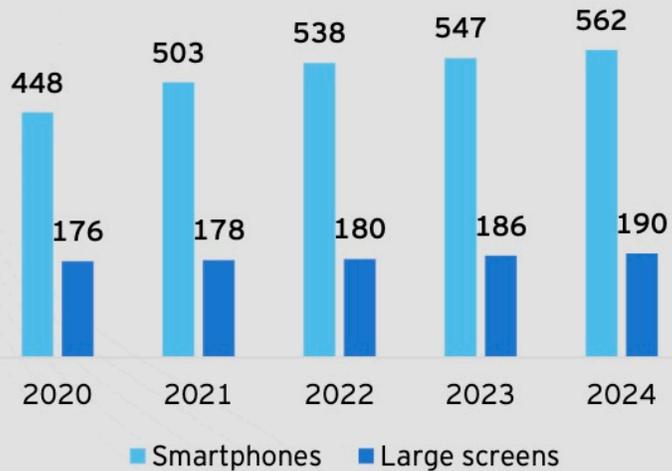
- 2023 год — телевидение доминирующий сегмент на рынке и составляет 30% (около 891 миллионов зрителей по данным Совета по исследованию аудитории вещания (BARC))
  - 2024 год — лидирующую позицию занял сегмент цифровых медиа
  - 2026 год — окончательный переход первенства к цифровым медиа
- Источник: India Brand Equity Foundation



IV.

Smartphone users reached 562 million in 2024

Smartphones vs. large screens in India

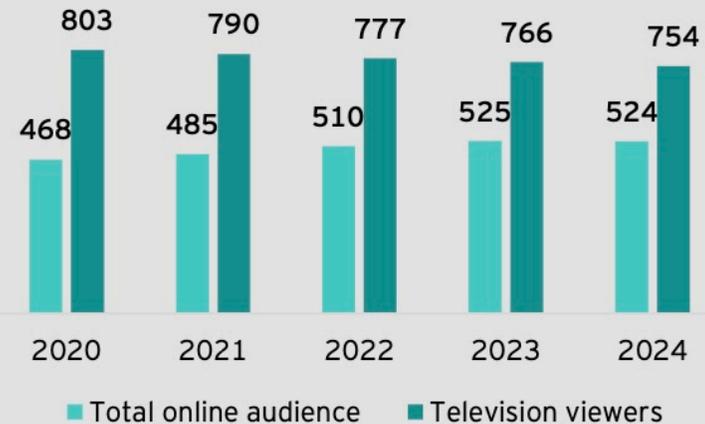


EY estimates based on Comscore, Ericsson and TRAI data | Screens in millions

V.

Consequently, consumption of content on (and reach of) online platforms has increased significantly

Comparison of TV and online reach



Millions | Comscore, EY estimates



## Цифровизация

- Рост числа пользователей сети интернет
- Повсеместный доступ к высокоскоростному интернету
- ООТ (Over-The-Top) — бенефициары цифровизации



## INDIA

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

**NOTE:** SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.

TOTAL POPULATION



we  
are  
social

**1.46**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**+0.9%**  
**+13 MILLION**

URBANISATION

**37.1%**

CELLULAR MOBILE CONNECTIONS



Meltwater

**1.12**  
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**-0.1%**  
**-1.3 MILLION**

TOTAL vs. POPULATION

**76.6%**

INTERNET USERS



**806**  
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**+6.5%**  
**+49 MILLION**

TOTAL vs. POPULATION

**55.3%**

ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS



**491**  
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

**+6.3%**  
**+29 MILLION**

TOTAL vs. POPULATION

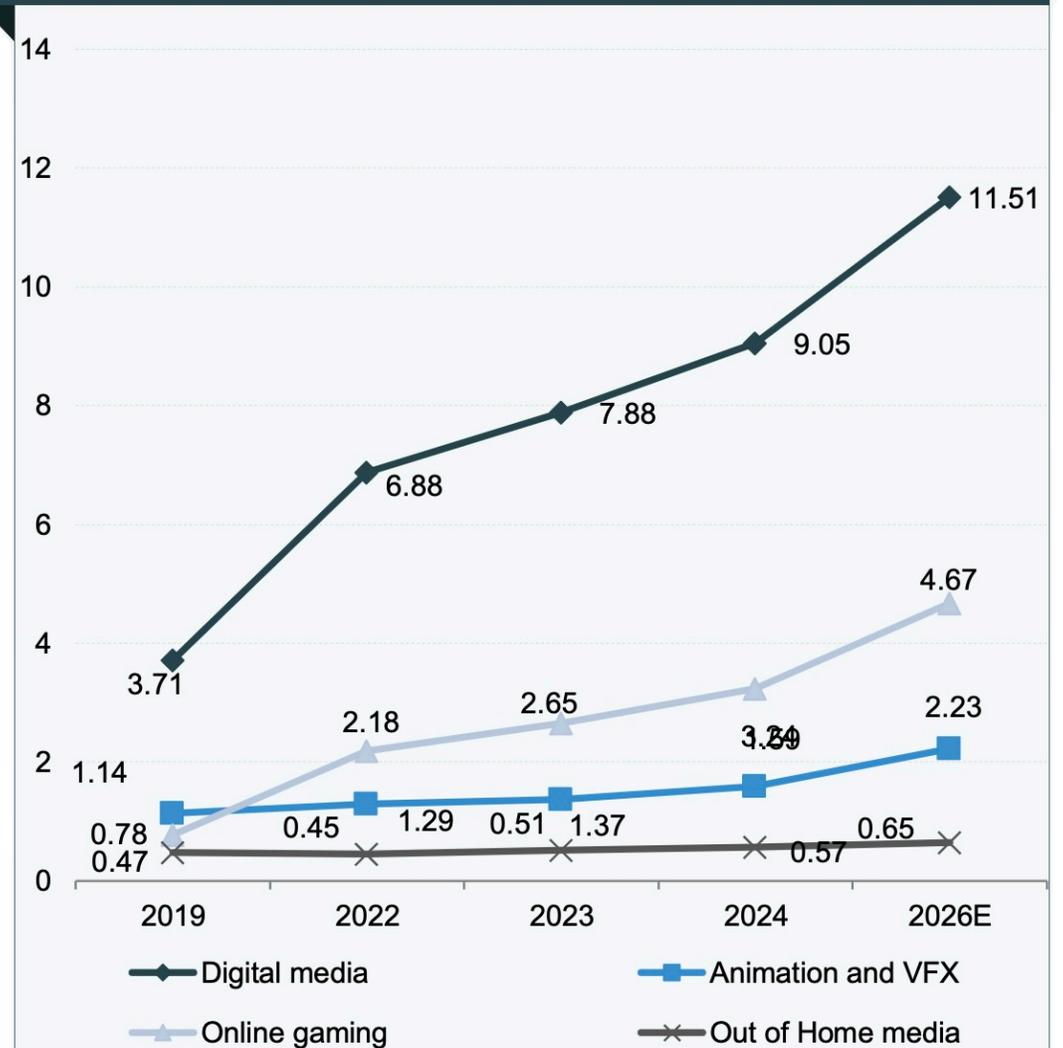
**33.7%**



# Цифровая конвергенция



### Industry Size of Emerging Segments (US\$ billion)





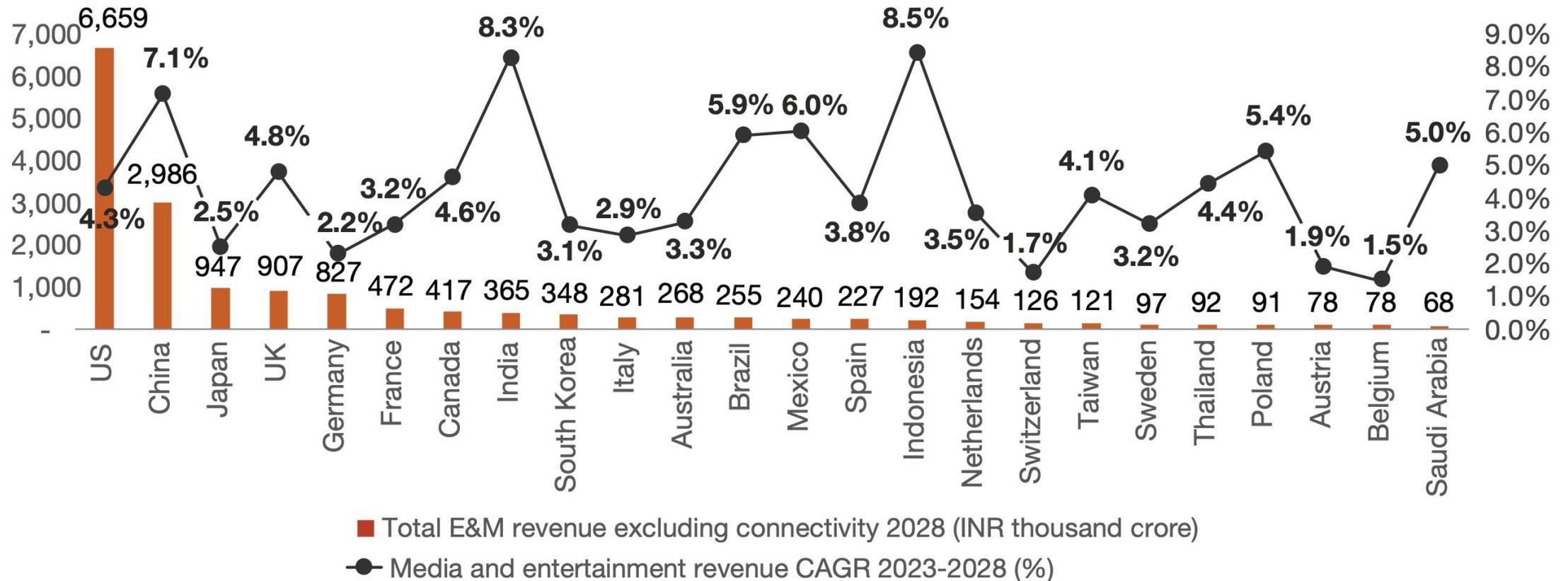
## Локализация контента

### ***Statistics of newspapers in India:***

<b><i><u>Newspaper</u></i></b>	<b><i><u>Language</u></i></b>	<b><i><u>Circulation</u></i></b>
<u>Dainik Jagran</u>	<u>Hindi</u>	<u>16631000</u>
<u>Hindustan</u>	<u>Hindi</u>	<u>14746000</u>
<u>Dainik Bhaskar</u>	<u>Hindi</u>	<u>13830000</u>
<u>Malayali Manorama</u>	<u>Malyalam</u>	<u>8803000</u>
<u>Daily Thanti</u>	<u>Tamil</u>	<u>8283000</u>
<u>Rajasthan Patrika</u>	<u>Hindi</u>	<u>7905000</u>
<u>Amar Ujala</u>	<u>Hindi</u>	<u>7808000</u>
<u>The Times of India</u>	<u>English</u>	<u>7590000</u>
<u>Matrubhumi</u>	<u>Malayalam</u>	<u>6020000</u>
<u>Lokmat</u>	<u>Marathi</u>	<u>5887000</u>



**Figure 3: Total global E&M revenue in 2028 (INR thousand crore) and CAGR (%) for 2023–28**



**Note:** Connectivity revenue is not included.

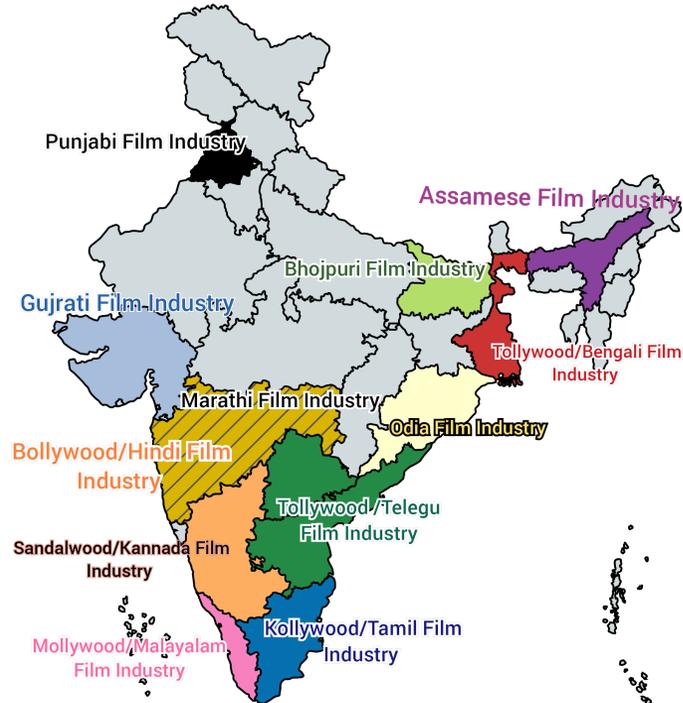


## Киноиндустрия

- Расширение медиа-инфраструктуры
- На 40-60% дешевле, чем на западе
- Около 260 000 квалифицированных специалистов



## Indian Cinema



- \*Mumbai is home to 2 major film industries, Bollywood and Maratha Film Industry
- \*Highest Grossing Indian film(Worldwide)- Dangal (Bollywood)
- \*Highest Grossing Indian Film (Domestic)-Bahubali 2 (Tollywood/Telegu)
- \*Most Expensive Indian film - 2.0(Kollywood/Tamil)
- \*Most National Film Award for best film - Bengali (22), Hindi (14),Malayalam(13)
- \*Oscar Winners from India - Satyjait Ray-Director (Bengali), AR Rahman - Music Composer (Tamil), Gulzar-Lyricist(Punjabi)

Created with MapChart app

## BOLLYWOOD VS. HOLLYWOOD

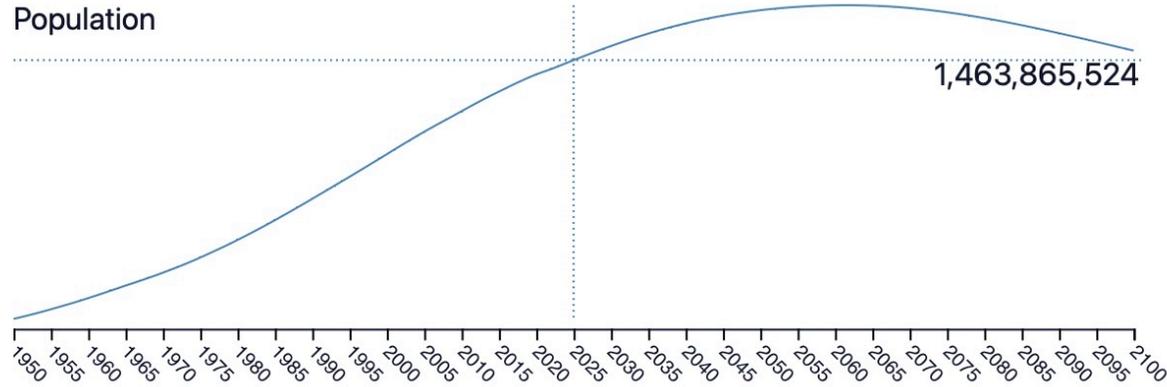
1,013	<b>FILMS PRODUCED*</b>	739
3.6 bil.	<b>TICKETS SOLD</b>	2.6 bil.
\$1.3 bil.	<b>WORLDWIDE REVENUES**</b>	\$51 bil.
12.6%	<b>ANNUAL GROWTH RATE</b>	5.6%
\$1.5 mil.	<b>AVG. PRODUCTION COST PER FILM</b>	\$47.7 mil.
\$500,000	<b>AVG. MARKETING COST PER FILM</b>	\$27.3 mil.

\*National film production, 2001      \*\* Estimates, 2002  
 Data : Motion Picture Association of America, PWC, FICCI, BW estimates



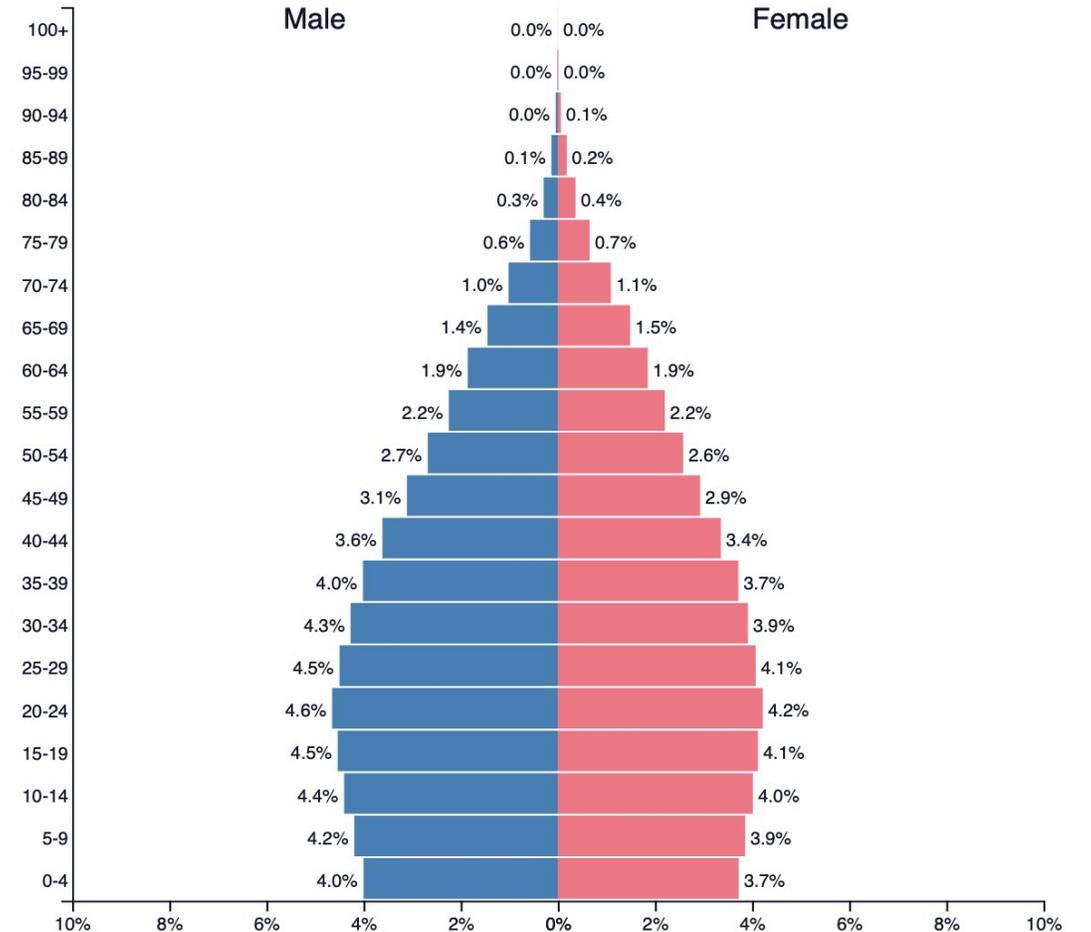
## Национальные особенности

Population



## India ▼ 2025

Population: 1,463,865,524





## Языковое разнообразие Индии

- Печатная пресса выходит на 22 региональных языках
- Телевидение вещает на 10 языках



ОП «Журналистика»  
Специализация «Деловая журналистика»

Специфика развития индийского медиарынка в условиях деглобализации

14



В 1990-х первым начал вещать на Хинди



ZEE Entertainment Enterprises Ltd

Переняли опыт ZEE TV





## Государственная поддержка

С 74%

до 100%

Правительство увеличило лимит ПИИ (Прямых Иностранных Инвестиций)

\$11,56 млрд

Приток ПИИ в сектор информации и вещания с апреля 2000 года до декабря 2024 года

20% в год

Скорость роста индустрии СМИ и развлечений в Индии



## Государственная поддержка киноиндустрии

### Национальная корпорация по развитию киноиндустрии (NFDC)

Цель: поддержка высококачественного  
индийского кино, в том числе его  
финансирование и распространение

### Фонд продвижения фильмов

Цель: продвижение фильмов на  
международной арене

Правительство также объявило, что работает  
над созданием Национального центра  
передового опыта для AVGC (анимация,  
визуальные эффекты, игры и комиксы)

Источник: IBEF



## Укрепление суверенитета

Министерство электроники и информационных технологий, правительства Индии, ссылаясь на свои полномочия в соответствии с разделом 69А Закона об информационных технологиях, огласило с соответствующими положениями правил информационных технологий (процедура и гарантии для блокировки доступа общественности к информации) 2009 года и с учетом возникающего характера угроз, решило заблокировать 118 мобильных приложений, поскольку в связи с учетом имеющейся информации они занимаются деятельностью, которая наносит ущерб суверенитету и целостности Индии, защите Индии, государственной безопасности и общественному порядку.

1. TikTok
2. Shareit
3. Kwai
4. UC Browser
5. Baidu map
6. Shein
7. Clash of Kings
8. DU battery saver
9. Helo
10. Likee
11. YouCam makeup
12. Mi Community
13. CM Browsers
14. Virus Cleaner
15. APUS Browser
16. ROMWE
17. Club Factory
18. Newsdog
19. Beutry Plus
20. WeChat
21. UC News
22. QQ Mail
23. Weibo
24. Xender
25. QQ Music
26. QQ Newsfeed
27. Bigo Live
28. SelfieCity
29. Mail Master
30. Parallel Space
31. Mi Video Call – Xiaomi
32. WeSync
33. ES File Explorer
34. Viva Video – QU Video Inc
35. Meitu
36. Vigo Video
37. New Video Status
38. DU Recorder
39. Vault- Hide
40. Cache Cleaner DU App studio
41. DU Cleaner
42. DU Browser
43. Hago Play With New Friends
44. Cam Scanner
45. Clean Master – Cheetah Mobile
46. Wonder Camera
47. Photo Wonder
48. QQ Player
49. We Meet
50. Sweet Selfie
51. Baidu Translate
52. Vmate
53. QQ International
54. QQ Security Center
55. QQ Launcher
56. U Video
57. V fly Status Video
58. Mobile Legends
59. DU Privacy



## Национальные приложения

- Запрет приложений запустил процесс создания национальных сервисов
- Рост рынка интернет-рекламы





## Вызовы

### Модель подписки

Потребительская база со средним и низким уровнем дохода чувствительна к цене

**VI.** While TV households have grown, pay TV has fallen

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Pay TV	152	151	133	131	125	120	118	111
Free TV	31	36	39	40	43	45	45	49
Total linear TV	183	187	172	171	168	165	163	160
Connected TV	1	1	4	5	10	15	23	30
Total TV households	184	188	176	176	178	180	186	190
Total Indian households	297	300	304	307	312	319	323	330
TV dark homes	113	112	128	131	134	139	137	140



## Выводы

- Индийский медиарынок устойчив к вмешательству крупных глобальных игроков
- Процесс деглобализации дал толчок развитию
- Локализация и регионализация содействовала росту
- Индия сохраняет информационный суверенитет



## Источники

1. Shanti Kumar, «Media Industries in India: An Emerging Regional Framework», Media Industries Journal 1.2 (2014). URL: <https://quod.lib.umich.edu/m/mij/15031809.0001.205/--media-industries-in-india-an-emerging-regional-framework?rgn=main;view=fulltext> (дата обращения: 25.09.25)
2. Shape the future: The revolution in Indian Media and Entertainment sector. URL: <https://www.ey.com/content/dam/ey-unified-site/ey-com/en-in/insights/media-entertainment/documents/ey-shape-the-future-indian-media-and-entertainment-is-scripting-a-new-story.pdf> (дата обращения 25.09.25)
3. MarkNtel Advisors, India Media & Entertainment Market Research Report: Forecast (2025-2030). URL: <https://www.marknteladvisors.com/research-library/india-media-entertainment-industry-market.html> (дата обращения: 27.09.25)
4. IBEF, «MEDIA AND ENTERTAINMENT INDUSTRY REPORT», may 2025. URL: <https://ibef.org/industry/entertainment-presentation#> (дата обращения: 01.10.25)
5. Мартыненко Е.В. К вопросу о современном развитии индийской медиаиндустрии в мировом медиапространстве / Е.В. Мартыненко. Е.О. Попова, Н.Е. Расторгуева. - DOI:10.17150/2308-6203.2022.11(3).586-600. - EDN PWNFHD // Вопросы теории и практики журналистики. - 2022. - Т. 11, No 3. - С. 586-600.



## Источники

1. IBEF, Media and Entertainment, sept 2025. URL: <https://ibef.org/industry/entertainment-presentation> (дата обращения: 01.10.25)
2. State of the cable TV distribution in India. June 2025. URL: <https://www.ey.com/content/dam/ey-unified-site/ey-com/en-in/insights/media-entertainment/documents/ey-state-of-cable-tv-distribution-in-india.pdf> (дата обращения: 01.10.25)
3. DIGITAL 2025: COUNTRY HEADLINES REPORT. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-local-country-headlines> (дата обращения: 02.10.25)
4. Press Information Bureau Government of India Ministry of Electronics & IT. URL: <https://www.pib.gov.in/Pressreleaseshare.aspx?PRID=1650669> (дата обращения: 02.10.25)
5. Sberbank analytics. URL: <https://sberbank.co.in/ru/media/publications/kak-ustroena-mediaindustriya-v-indii> (дата обращения: 02.10.25)
6. PwC India India: Entertainment & Media Outlook 2024-28. URL: <https://www.pwc.in/india-entertainment-media-outlook-2024-28.html> (дата обращения: 02.10.25)

