

2022 жылға арналған әлеуметтік зерттеулер бойынша есепті ақпарат

Отандық телеаудиторияның телекөрсетілім құрылымын зерделеу, сондай-ақ оның медиа артықшылықтарын айқындау мақсатында «Хабар» Агенттігі» АҚ (бұдан әрі – Қоғам) 2022 жылы сандық-сапалық әлеуметтік зерттеулер жүргізді.

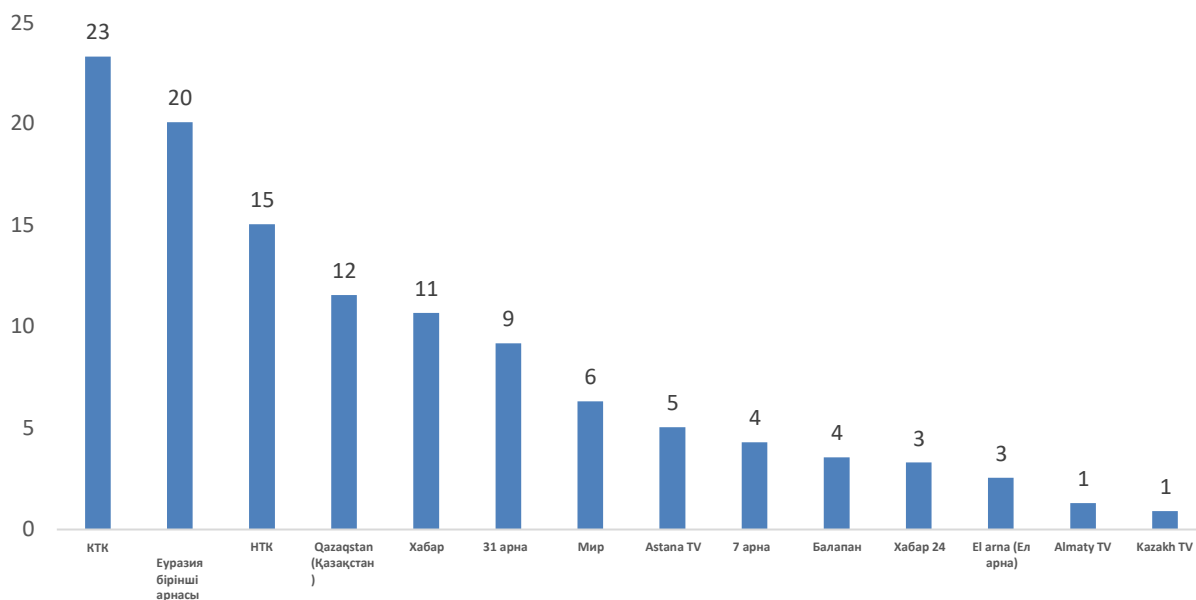
Бәсекелестік пен аудиторияның тез өзгеретін қалауын ескере отырып, соның ішінде Агенттік телеарналарының телевизиялық аудиториясының ықтимал өсу нүктелерін анықтау үшін әлеуметтік зерттеулер белгілі бір мақсатты аудиторияға бағытталған шағын топтарға сегменттелген түрде жүргізілді.

Зерттеу міндеттері:

- 1) халықтың телевизиялық артықшылықтарын зерделеу;
- 2) бәсекелес секторды айқындау;
- 3) отандық өндіріс бағдарламаларына сұранысты айқындау;
- 4) «Хабар» телеарнасының ағымдағы аудиториясын зерделеу.

Әлеуметтік зерттеу нәтижелері телевизияның негізгі ақпарат көзі, жаңалықтар, мәдениет, спорт және ойын-сауық үшін танымал платформа болып қала беретінін және сенімді екенін көрсетеді. Көбінесе теледидар жаңалықтарға толы ақпарат алу үшін қаралады (72%: үнемі – 32% және жиі – 40%). Көрсетілімнің екінші себебі – демалу (59%: үнемі – 28% және жиі – 31%).

1-диаграмма. Танымалдығы бойынша үздік отандық телеарналар

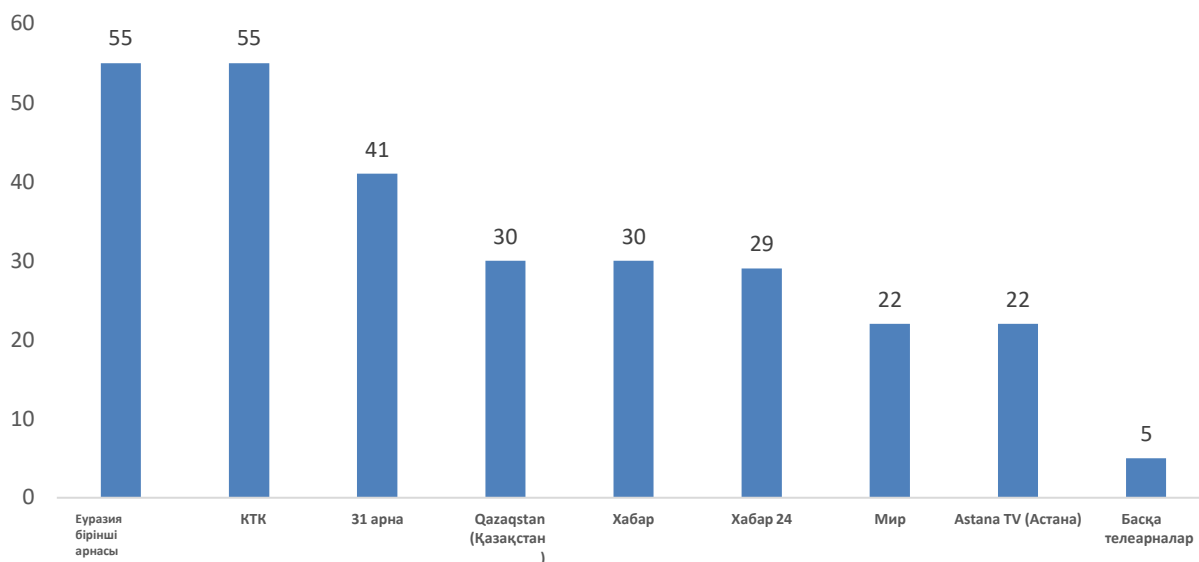


Ең танымал «КТК» телеарнасын көрермендердің 23% тамашалады, рейтинг бойынша екінші орында «Еуразия бірінші телеарнасы», оны көрермендердің 20%, «НТК» – 15% тамашалады. «Хабар» телеарнасы телекөрсетілім рейтингінде 5-ші орында (1-кесте). Сауалнамаға қатысқан респонденттердің 28%-ы телевизиялық бағдарламаларын тек теледидардан көретіндігін, сонымен қатар YouTube-те (негізінен 15-24 жас аралығындағы көрермендер), телеарналар сайттары мен ақылы қызметтерде телебағдарламалар көретіндігін айтады.

Орташа көрсетілімнің уақыт деңгейі бойынша «Еуразияның бірінші арнасы», «КТК» және «НТК» – қазақстандық телевизияның көшбасшы арналары, сонымен қатар аталған телеарналарды эфирлік толтыруда сатып алынатын контенттің басым болуы байқалады. «Хабар» телеарнасының эфирінде кем дегенде 60%-н қазақстандық телевизиялық контентті дамытуға және таратуға ықпал ететін меншік өндірісі алады.

Отандық телеарналар аудиториясының гендерлік құрамына келетін болсақ, ер адамдар «НТК» телеарнасын жақсы көреді, ал «Еуразия бірінші арнасы» мен «КТК» арналарын көруге аз уақыт жұмсайды. Әйелдер арасында көбінесе «Еуразия бірінші арнасы» мен «Astana TV» арналары танымал.

2-диаграмма. Қазақстандық ТВ-дағы ақпараттық бағдарламаларға сенім деңгейі



Сауалнамаға қатысқан респонденттердің барлығы дерлік жаңалықтарды теледидардан көреді (96%). Елдегі және әлемдегі соңғы жаңалықтар туралы көп жағдайда «Еуразия бірінші арнасы» мен «КТК» (55%) телеарналарының хабарларынан біледі.

Соңғы оқиғалар туралы ақпарат алу мақсатында «Хабар» және «Хабар 24» арналары тиісінше 5 және 6 орында (30% және 29%). Бұл көрермендердің отандық телеарналардың ақпараттық бағдарламаларына деген сұранысы мен сенімінің үлкен дәрежесін көрсетеді. (2-кесте).

Телекөрермендер жиі көретін қазақстандық телебағдарламалардың ҮЗДІК-3 жанрына күнделікті жаңалықтар, көркем фильмдер мен телехикаялар жатады. Қазақстандық аудитория арасында ең көп сұранысқа ие телевизиялық бағдарламалар: «Астарлы ақиқат», «Поле чудес», «Qoslike», «Көреміз». Сондай-ақ, отандық телехикаялардың көптігі арасында тек «Келінжан» телехикаясы қазақстандық телевизияның ең тартымды бағдарламаларының қатарында аталып өтілгенін атап өткен жөн. Төртінші маусымда «Келінжан» телехикаясы үлкен аудиторияны жинайды деп күтілуде.

«Хабар» телеарнасының ағымдағы аудиториясын зерттеу нәтижелері бойынша жаңалықтар көрермен арасында сұранысқа ие (респонденттердің 77,7%). Әлеуметтік саяси бағдарламаларға сұраныс аз. Көбінесе қарау үшін қазақстандық өндірістегі телехикаяларды таңдайды 82%. Сауалнамаға қатысқандардың 88%-ы Хабар телеарнасында көркем фильмдерді, 65%-ы мультфильмдерді қарайды.