

Отчетная информация по социологическим исследованиям за 2021 год.

В целях изучения структуры телесмотрения отечественной телеаудитории, а также определения ее медиа предпочтений АО «Агентство «Хабар» (далее – Общество) в 2021 году проводило количественные социологические исследования методом телефонного и онлайн опросов.

Задачи исследования:

- 1) Определение частоты просмотра казахстанских телеканалов;
- 2) Выявление наиболее востребованных казахстанских телеканалов;
- 3) Оценка степени доверия к новостям казахстанских телеканалов;
- 4) Выявление наиболее востребованных телевизионных сериалов;
- 5) Выявление наиболее востребованных телепередач.

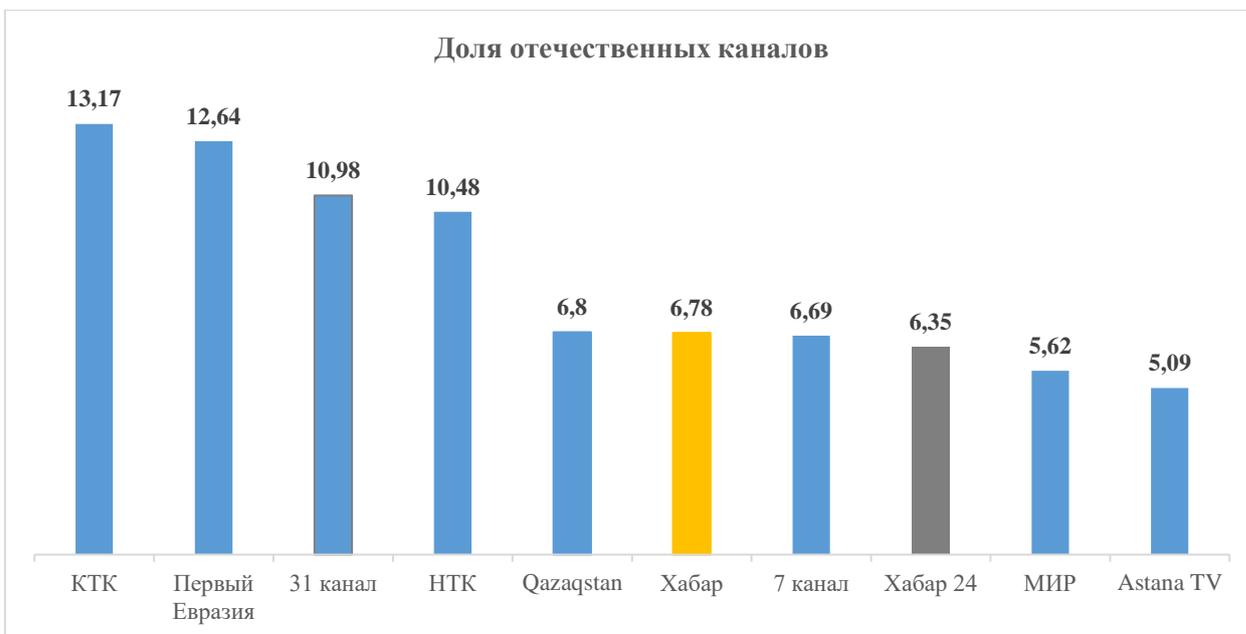
По результатам проведенных социологических исследований Обществом были получены следующие результаты:

1) Респонденты опроса показали высокий уровень телесмотрения казахстанских каналов. Более половины респондентов, опрошенных методом телефонного и онлайн опроса смотрят их от 5 до 7 дней в неделю. При этом, более 70% респондентов является регулярной телеаудиторией.



2) Высокий объем телесмотрения отечественных каналов в 2021 году позволил телеканалам Общества занять 2 из 10 мест в ТОП 10 отечественных телеканалов по популярности среди населения. При этом, телеканал Хабар расположился на 6 месте, как по результатам телефонных, так и онлайн-опросов, уступая каналам «КТК», «Первый канал «Евразия», «31 канал», «НТК», «Qazaqstan», в эфире которых преобладает зарубежная, в большей степени русскоязычная лицензионная продукция, в то время, как телеканал «Хабар» является одним из флагманов развития производства и распространения казахстанского телевизионного контента на государственном языке.

Кроме того, помимо канала «Хабар» в ТОП 10 вошел телеканал «Хабар 24», занявший 8 место. При этом, канал «Хабар 24» кратно опережает прямого конкурента в нише новостных телеканалов – «Atameken Business Channel».



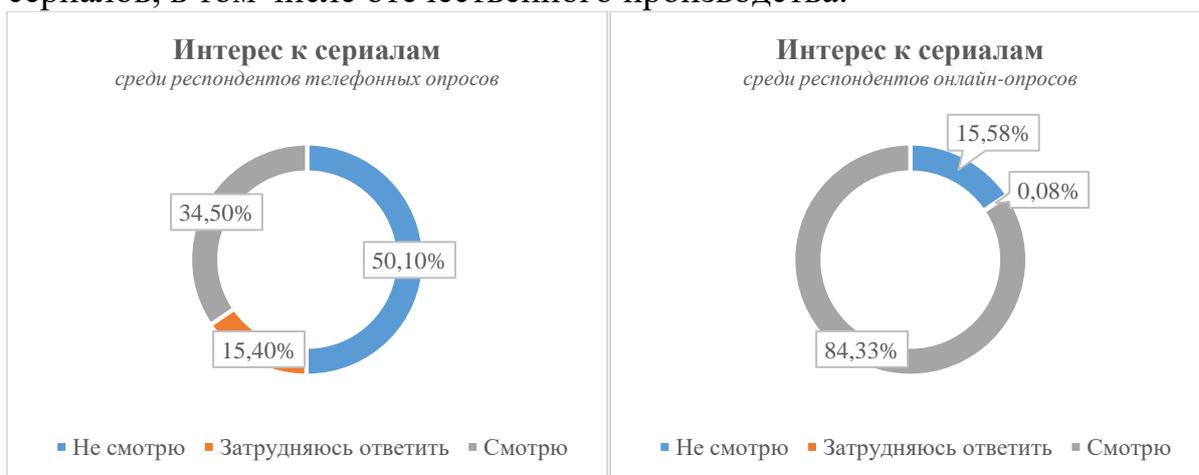
3) Исследования отечественной телеаудитории также показали высокий уровень востребованности и доверия зрителей к информационным программам отечественных телеканалов. Так, по результатам года, в среднем лишь 5,65% аудитории не доверяют информации, сообщаемой казахстанскими телеканалами, при этом только 4,41% респондентов ответили, что не смотрят новости. Таким образом, новостные программы остаются одним из наиболее востребованных жанров, охватывающих до 95% населения страны.

Вместе с тем, согласно проведенным социологическим исследованиям, телеканалы Общества остаются одними из основных источников информации для граждан. Телеканалы Хабар 24 и Хабар занимают 4 и 6 места соответственно в ТОП каналов по уровню доверия к информационным выпускам, опережая «Qazaqstan», «Astana TV», «МИР».



4) Вместе с тем, наиболее существенные отличия в динамике двух методов опроса наблюдаются при исследовании предпочтений респондентов в

отдельных телевизионных жанрах. Так, аудитория онлайн-опросов оказалась заметно более определенной и менее категоричной в выборе телевизионных сериалов, в том числе отечественного производства.



Вероятной причиной дифференциации ответов респондентов по типу опроса является разность формата основного/дополнительного телесмотрения сериальной продукции, где респонденты онлайн-опросов более активны в сети Интернет.

В результате опроса 4 из 30 ТОПовых сериалов, являются собственными сериалами Общества, успешно конкурирующими с обилием лицензионной продукции в данном жанре. Наиболее часто упоминаемыми стали «Перекресток», «Келінжан», «Любовь тракториста», «Рауза».

5) В ТОП-5 наиболее востребованных телевизионных программ среди казахстанской аудитории вошли «Новости», «Информбюро», «Астарлы Ақиқат», «Поле чудес», «Жди меня». Кроме того, в ТОП-5 жанров вошли новостные и аналитические программы, художественные фильмы, сериалы, развлекательные программы (юмор, ток-шоу), мультфильмы.