

## Отчетная информация по социологическим исследованиям за 2020 год.

В целях изучения структуры телесмотрения отечественной телеаудитории, а также определения ее медиа предпочтений АО «Агентство «Хабар» (далее – Общество) в 2020 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 опрошенных респондентов смотрят их от 5 до 7 дней в неделю. В то время, как более 80% населения является регулярной телеаудиторией.

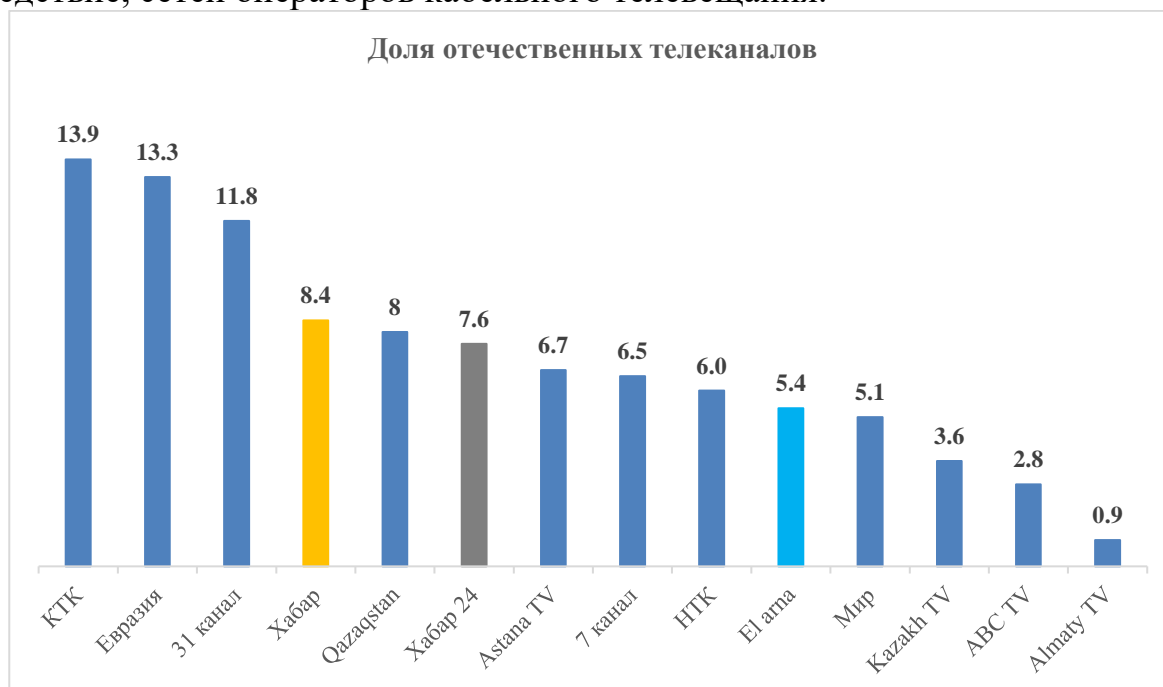


При этом наблюдается рост ежедневного телесмотрения отечественных телеканалов во втором полугодии (64%). Также, следует отметить, что аудитория, опрашиваемая методом онлайн-опроса, продемонстрировала заметно более высокие показатели телесмотрения (на 15%/11% больше в первом и втором полугодии соответственно, чем аудитория телефонных опросов).

2) Высокий объем телесмотрения отечественных каналов в 2020 году позволил телеканалам Общества занять 3 из 10 мест в ТОП 10 отечественных телеканалов по популярности среди населения. При этом, канал Хабар расположился на 4 месте, как по результатам телефонных, так и онлайн-опросов, уступая лишь каналам КТК, Первый канал «Евразия» и 31 канал, 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.

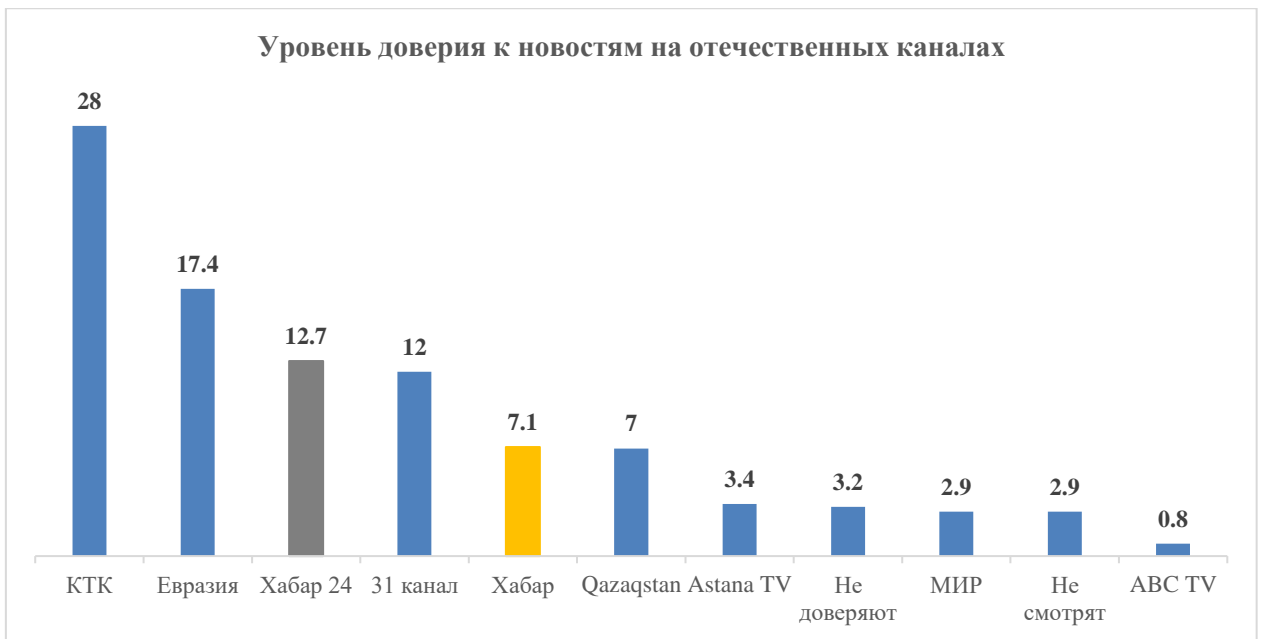
Кроме того, помимо канала Хабар в ТОП 10 вошли каналы Хабар 24 и El arna, занявшие 6 и 10 места соответственно. При этом, канал Хабар 24кратно опережает прямого конкурента в нише новостных телеканалов – Atameken Business Channel.

Вместе с тем, по результатам исследования второго полугодия, заметно сократилась аудитория канала Kazakh TV, на что радикальным образом повлияло его исключение из перечня обязательных телерадиоканалов и, как следствие, сетей операторов кабельного телевидения.



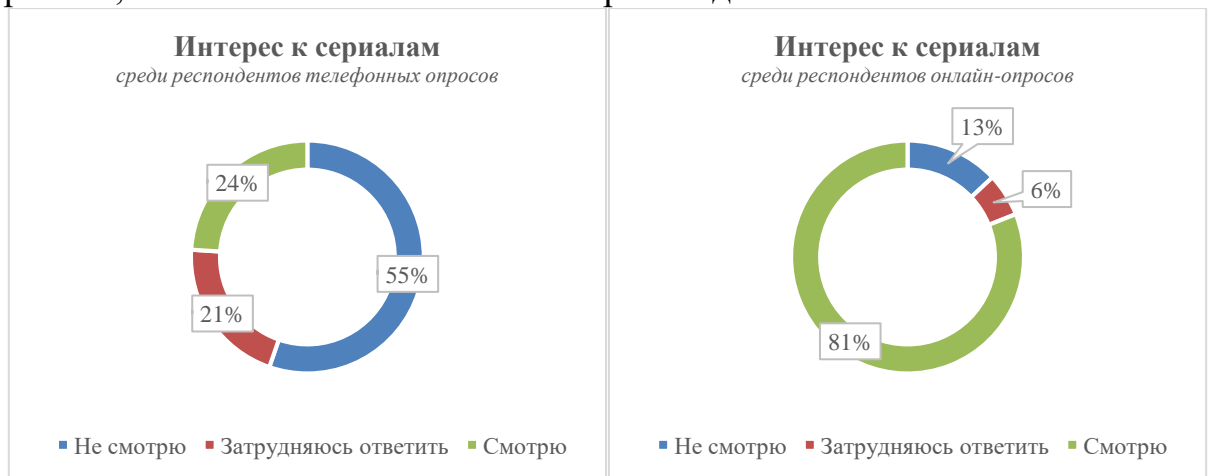
3) Исследования отечественной телеаудитории также показали высокий уровень востребованности и доверия зрителей к информационным программам отечественных телеканалов. Так, по результатам года, в среднем лишь 3.2% аудитории не доверяют информации, сообщаемой казахстанскими телеканалами, при этом только 2.9% респондентов ответили, что не смотрят новости. Таким образом, новостные программы остаются одним из наиболее востребованных жанров, охватывающих до 97% населения страны.

Вместе с тем, согласно проведенным социологическим исследованиям, телеканалы Общества остаются одними из основных источников информации для граждан. Суммарная доля телеканалов Общества среди информационных программ достигает 1/5 всего зрительского интереса, а телеканалы Хабар 24 и Хабар занимают 3 и 5 места соответственно в ТОП каналов по уровню доверия к информационным выпускам, опережая Qazaqstan, Astana TV, МИР и 31 канал.



При этом, стоит отметить, что наблюдается заметное различие в предпочтениях аудитории двух типов опроса – телефонного и методом онлайн анкетирования.

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 целом, исследования показали, что каждый третий телезритель не смотрит отечественные сериалы, еще 14% затрудняются назвать сериал, который смотрели в течение последнего года. При этом, в результате опроса 10 из 30 ТОПовых сериалов, являются собственными сериалами Общества, успешно конкурирующими с обилием лицензионной продукции в данном жанре. Наиболее часто упоминаемыми стали «Келінжан» (9.2%) и «Перекресток» (16.6%), а также целый ряд сериалов, отмеченных

респондентами телефонных опросов, среди которых: «Тракторшының махаббаты»/«Любовь тракториста», «Рауза», «Құстар әні», «Көкжал» и т.д.

5) Как отмечалось выше, наиболее востребованным жанром телевизионных программ среди казахстанской аудитории остаются «новости» и информационно-аналитические программы, их отмечают до 50% респондентов телефонных опросов и до четверти опрошенных методом онлайн анкетирования. Также, высокий интерес телеаудитории отмечается к развлекательному контенту, ток-шоу и познавательным программам.