



# Қазақстандағы теледидар қарау үрдісі

2023–2025 жылдар аралығындағы  
аудиторияны талдау

Ұлттық медиа қауымдастығы

# МАЗМҰНЫ

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Кіріспе .....                                                                                   | 4  |
| 1-тарау. Телеарналар мен тарату механизмдері .....                                              | 6  |
| 1.1. Телеарналар туралы жалпы мәліметтер .....                                                  | 6  |
| 1.1.1. Мемлекеттік телеарналар.....                                                             | 7  |
| 1.1.2. Коммерциялық телеарналар.....                                                            | 8  |
| 1.1.3. Нишалық және өңірлік телеарналар .....                                                   | 8  |
| 1.1.4. Шетелдік телеарналар .....                                                               | 9  |
| 1.2. Қазақстан телеарналары туралы халықтың хабардарлық деңгейі.....                            | 9  |
| 1.3. Теледидар сигналын жеткізу әдістері .....                                                  | 11 |
| 1.4. Негізгі операторлар мен провайдерлер .....                                                 | 14 |
| 1.5. Теледидарды көруді өлшеу әдістемесі .....                                                  | 14 |
| 1.6. Шағын қалалар мен ауылдық елді мекендердің телевизиялық<br>кеңістігінің ерекшеліктері..... | 16 |
| 2-тарау. Қазақстандық телеарналардың аудиториясы .....                                          | 18 |
| 2.1. Теледидар көрудің жалпы сипаттамасы.....                                                   | 18 |
| 2.2. Теледидар аудиториясының профилі.....                                                      | 24 |
| 2.2.1. Теледидарды көруге қосқан үлесі.....                                                     | 24 |
| 2.2.2. Телеарна аудиториясының әлеуметтік-демографиялық профилі .....                           | 27 |
| 3-тарау. Теледидар мазмұны мен аудитория қызығушылықтарын талдау.....                           | 31 |
| 3.1. Теледидар аудиториясының мазмұны мен жанрлық қалау.....                                    | 31 |
| 3.1.1. Сериалдар .....                                                                          | 32 |
| 3.1.2. Сериалдар (10 және одан да көп көрсетілім).....                                          | 34 |
| 3.1.3. Қазақстандық сериалдар.....                                                              | 36 |
| 3.1.4. Фильмдер.....                                                                            | 39 |
| 3.1.5. Ойын-сауық бағдарламалары.....                                                           | 41 |
| 3.1.6. Ақпараттық бағдарламалар.....                                                            | 44 |
| 3.1.7. Деректі фильмдер .....                                                                   | 49 |
| 3.1.8. Спорттық бағдарламалар.....                                                              | 51 |
| 3.1.9. Жас топтары бойынша жанрлық қалаудағы айырмашылықтар .....                               | 54 |
| 3.1.10. Қарым-қатынас тілі бойынша жанрлық қалаудағы айырмашылықтар<br>55                       |    |
| 3.2. Танымал қазақстандық бағдарламаларға шолу .....                                            | 61 |
| 4-тарау. Телеарнадағы жарнама.....                                                              | 69 |

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| 5-тарау. Ғаламтор және телеарна.....                     | 78 |
| 6-тарау. Әртүрлі елдерде теледидарды қалай көреді? ..... | 82 |
| Қорытынды .....                                          | 84 |
| Қосымша.....                                             | 85 |

## Кіріспе

Теледидар Қазақстанда бай әрі мазмұнды тарихқа ие болып, елдің әлеуметтік, мәдени және технологиялық дамуының ажырамас бөлігіне айналды. Қазақстан теледидарының ресми бастау күні ретінде 1958 жылдың 8 наурызы белгіленеді. Дәл осы күні Алматы телестудиясының алғашқы сынақ хабар таратуы эфирге шықты. Алғашқы кезеңде хабар тарату аптасына небәрі 5 сағатпен шектеліп, шағын студиядан, техникалық мүмкіндігі өте қарапайым жабдықтармен жүзеге асырылды. Соған қарамастан уақыт өте келе теледидар қоғам үшін аса маңызды ақпарат, білім көзіне айналып, 1960-жылдардың соңына қарай халық өмірінің ажырамас бөлігі болып қалыптасты.

Кеңестік дәуірде теледидар негізінен ақпараттық-ағартушылық бағытта дамыды. Ол кезде эфирде ресми жаңалықтар, деректі фильмдер, театр қойылымдары, мәдени және спорттық бағдарламалар тұрақты көрсетіліп отырды. Теледидар жүйесі қарқынды дамып, еліміздің ірі қалаларында жаңа телестудиялар ашылды, жылжымалы телевизиялық станциялар іске қосылды, ал хабар тарату аумағы біртіндеп кеңейе түсті. 1981 жылдан бастап түрлі-түсті бейнеге көшу процесі басталып, 1984 жылы Көктөбедегі телемұнара пайдалануға берілді. Бұл оқиға хабар тарату сапасын айтарлықтай жақсартып, телевизияның техникалық деңгейін жаңа сатыға көтерді.

1991 жылы Қазақстан тәуелсіздік алғаннан кейін теледидар саласы жаңа тарихи кезеңге аяқ басты. Бұл уақытта ұлттық арналар, соның ішінде Qazaqstan телеарнасы пайда болып, елдің жаңа қоғамдық-мәдени құндылықтарын бейнелейтін отандық контент қарқынды түрде дами бастады. 1990–2000 жылдары телевизиялық нарық айтарлықтай әртарапталды. Атап айтқанда, жеке меншік және аймақтық телеарналар көбейіп, бағдарламалардың жанрлық ауқымы кеңейді, сонымен қатар шетелдік телеарналардың ықпалы да артты.

2010 жылдардан бастап Қазақстан телевидениесі цифрлық технологияларға белсенді түрде көшті. Өзгеріс хабар тарату сапасын жақсартуға, аудиторияны кең қамтуға және жаңа интерактивті форматтарды енгізуге мүмкіндік берді.

Қазіргі уақытта Қазақстанның телевизиялық индустриясы дамыған әрі көпқырлы жүйе ретінде қалыптасқан. Ел аумағында мемлекеттік, коммерциялық, аймақтық және арнайы бағыттағы телеарналар жұмыс істейді. Олар көрерменге ерекше мазмұн мен форматтың кең ауқымын ұсынады. 2025 жылғы деректер бойынша отандық телеарналар саны 248-ге жетіп, бұл сала дамуының тұрақты түрде жалғасып келе жатқанын көрсетеді.

Сонымен қатар елімізде шетелдік телеарналардың да айтарлықтай қатысуы бар. Өткен жылы елімізде 300-ден астам шетелдік арна тіркелген. Ол ақпараттық кеңістіктің ашықтығын және медиа нарықтағы бәсекелестіктің жоғары деңгейін қалыптастырады.

Теледидар саласының дамуы цифрландыру үдерісімен тығыз байланысты. Қазіргі таңда цифрлық эфирлік хабар тарату, спутниктік және кабельдік жүйелер, сондай-ақ интернет-платформалар кеңінен қолданылады. Соның ішінде интернет-теледидардың (IP TV) қарқынды дамуы ерекше байқалады. Бұл үрдіс көрермендердің медианы тұтыну әдеттерінің өзгеріп жатқанын және онлайн контенттің қолжетімділігі артып отырғанын көрсетеді.

Цифрлық технологиялардың дамуына қарамастан, теледидар бүгінгі күні де қоғамдағы өз маңызын жоғалтқан жоқ. Ол кең аудиторияны қамтып, әртүрлі әлеуметтік топтар үшін ақпарат пен ойын-сауықтың сенімді әрі негізгі көзі болып қала береді.

Аталған есеп Қазақстанның телевизиялық нарығын жан-жақты талдауға арналған. Онда телевизиялық хабар тарату жүйесінің құрылымы мен ерекшеліктері, аудиторияның сипаттамалары, көрермен талғамы мен танымал бағдарламалар, сондай-ақ жарнама нарығының негізгі үрдістері, теледидардың интернет кеңістігімен өзара байланысы кеңінен қарастырылады.

# **1-тарау. Телеарналар мен тарату механизмдері**

Қазақстанның телевизиялық индустриясы аудиторияны қамту ауқымы, форматы және тақырыптық бағыты бойынша әртүрлі телеарналардың кең спектрімен ұсынылған. Нарықта мемлекеттік және коммерциялық, сондай-ақ жалпыұлттық, аймақтық және нишалық телеарналар жұмыс істейді. Телевизиялық сигналды тарату эфирлік, спутниктік, кабельдік және интернет-трансляция платформалары арқылы жүзеге асырылады. Ал ол елдің көптеген елді мекендерінде телесигналдың қолжетімді болуын қамтамасыз етеді.

Осы тарауда Қазақстанның телевизиялық жүйесінің негізгі құрамдас бөліктері қарастырылады. Олар – хабар тарату құрылымы, телеарналардың түрлері, сигналды тарату тәсілдері, нарықтың ірі операторлары, сондай-ақ телевизиялық аудиторияны өлшеу тәсілдері.

## **1.1. Телеарналар туралы жалпы мәліметтер**

Қазақстанның телевизиялық секторы – тақырыптық бағыты, форматы және хабар тарату аумағы бойынша әртүрлі жүздеген телеарнаны біріктіретін кең әрі көпқырлы жүйе. Бұл нарықта мемлекеттік, жеке меншік телеарналар жұмыс істейді. Олардың бір бөлігі бүкіл ел аумағын қамтитын жалпыұлттық деңгейде хабар таратса, енді бір бөлігі аймақтық аудиторияға бағытталған, ал кейбірі халықаралық көрерменге арналған. Осындай құрылымның арқасында Қазақстанның телевизиялық нарығы ішкі кеңістікте ғана емес, сыртқы ақпараттық алаңда да өз орнын біртіндеп нығайтып келеді.

Соңғы жылдары отандық телеарналардың саны тұрақты түрде өсті. 2023–2025 жылдар аралығында ол айқын байқалады. 2023 жылы елде 219 телеарна тіркелсе, 2024 жылы олардың саны 223-ке жетті, ал 2025 жылы 248-ге дейін артты. Бұл шамамен 13 пайыздық өсімді көрсетеді. Мұндай динамика цифрлық платформалардың күшеюіне және бәсекелестіктің артуына қарамастан, телевизиялық саланың әлі де даму үстінде екенін дәлелдейді.

Телевизиялық нарықты реттеудің маңызды тетіктерінің бірі – ел аумағында міндетті түрде таратылуы тиіс телеарналар тізімін қалыптастыру. Оның негізгі мақсаты – халықтың әлеуметтік маңызы бар ақпаратқа тең қолжетімділігін қамтамасыз ету. Осы тізімге жаңалық, білім беру, мәдени-ағартушылық және ойын-сауық бағытындағы бағдарламалар ұсынатын мемлекеттік және коммерциялық арналар енгізілген. Олардың қатарында Qazaqstan, Хабар, 24KZ, Jibek Joly, Balapan, Abai TV, Qazsport, Almaty, «Еуразия бірінші арнасы», Мир, Astana TV, КТК, 31 арна, 7 арна, Atameken Business және НТК сияқты телеарналар бар. Бұл жүйе бүкіл ел бойынша біртұтас ақпараттық кеңістікті сақтап, көрермендердің негізгі контент көздеріне еркін қол жеткізуін қамтамасыз етеді.

Ішкі нарықтың дамуымен қатар, халықаралық бағыттағы телеарналардың рөлі артып келеді. Мысалы, «Мир» телеарнасы – міндетті трансляция тізіміне енгізілген халықаралық жоба. Ол ТМД елдері арасындағы ақпараттық және гуманитарлық ынтымақтастықты дамытуға бағытталған және Қазақстан аумағында кеңінен таратылады.

Сонымен бірге қазақстандық телеарналар да өз контентін шетел аудиториясына ұсыну арқылы халықаралық деңгейде танылып келеді. Qazaqstan ұлттық телеарнасының хабарлары Моңғолияда, Ресейде, Қытайда, Өзбекстанда, Түрікменстанда және Қырғызстанда қолжетімді. Ал балаларға арналған Balapan арнасы Моңғолия, Өзбекстан және Қырғызстан көрермендеріне таратылады.

Отандық медиаконтентті шетелде танытуда ерекше орын алатын арна – Silk Way (бұрынғы Kazakh TV). Ол Қазақстанның алғашқы ұлттық спутниктік телеарнасы болып, 2002 жылдың 25 қазанында халықаралық хабар таратуды бастаған. Оның ерекшелігі – эфирдегі барлық контенттің 100 пайызы өз өндірісіндегі бағдарламалардан тұрады. Арна Қазақстанның мәдениеті, тарихы, туризмі және қазіргі өмірі туралы кеңінен баяндайды. Хабар тарату қазақ, орыс, ағылшын, қырғыз, өзбек және түрік тілдерінде жүзеге асырылады. Бүгінде Silk Way сигналы әлемнің 120 елінде қолжетімді болып, Қазақстанның халықаралық ақпараттық кеңістіктегі орнын күшейтіп, елдің мәдени әрі ашық мемлекет ретіндегі бейнесін қалыптастыруға үлкен үлес қосып отыр.

Сондай-ақ жаңалық тарататын 24KZ телеарнасы да өз географиясын кеңейтіп келеді. Оның бағдарламалары Қырғызстанда, Моңғолияда, Грузияда, Әзербайжанда, Польшада, Түрікменстанда, Литвада, Словенияда, Сербияда, Өзбекстанда, Венгрияда, Арменияда және Ресейде көрсетіледі.

### 1.1.1. Мемлекеттік телеарналар

Мемлекеттік телеарналар мемлекеттің ақпараттық, мәдени және білім беру саясатын жүзеге асыруды қамтамасыз ете отырып, маңызды қоғамдық функцияларды орындайды. Сонымен қатар олар көрерменге кең ауқымды ойын-сауық контентін ұсынады. Оның ішінде сериалдар, көркем және деректі фильмдер, музыкалық бағдарламалар, балаларға арналған хабарлар және т.б бар. Осындай формат олардың ұлттық медиа кеңістікте маңызды орын алуына және кең аудиторияның қызығушылығын сақтап қалуына мүмкіндік береді.

Төменде Қазақстан Республикасы аумағында міндетті түрде таратылатын негізгі мемлекеттік телеарналар ұсынылған.

**Qazaqstan** – толықтай қазақ тілінде хабар тарататын ұлттық телеарна. Бағдарламалар кестесіне жаңалықтар, сериалдар, көркем және деректі фильмдер, сондай-ақ ойын-сауық және музыкалық бағдарламалар кіреді.

**Хабар** – елдегі саяси, экономикалық және әлеуметтік-мәдени маңызды оқиғаларды қамтитын ақпараттық-ойын-сауық телеарнасы.

**24KZ** – тәулік бойы жаңалық тарататын арна, эфирінде жедел жаңалықтар, талдамалық және аймақтық бағдарламалар ұсынылады.

**Balapan** – қазақ тілінде хабар тарататын, негізінен балалар аудиториясына арналған телеарна.

**Qazsport** – Қазақстанның алғашқы мемлекеттік спорттық телеарнасы, халықаралық және ұлттық деңгейдегі ірі жарыстардың тікелей көрсетілімдерін ұсынады.

**Abai TV** – ұлттық және әлемдік мәдени мұраны насихаттайтын ғылыми-танымдық, білім беру бағытын ұстанатын арна.

**Jibek Joly** – әртүрлі тақырыптағы бағдарламаларды қамтитын отбасылық ойын-сауық телеарнасы.

**Еуразия 1-арнасы** – ойын-сауық, қоғамдық және әлеуметтік-сараптамалық жобалардың кең ауқымын ұсынатын телеарна.

**Almaty TV** – көрерменге фильмдер, талдамалық және танымдық бағдарламалар, музыкалық және ойын-сауық хабарлар, концерттер ұсынатын әмбебап телеарна.

**Мир** – ТМД елдеріндегі қоғамдық-саяси және мәдени оқиғаларды қамтуға бағытталған, сондай-ақ мемлекеттер арасындағы ақпараттық ынтымақтастықты дамытуға арналған халықаралық телеарна.

### 1.1.2. Коммерциялық телеарналар

Нарықта мемлекеттік телеарналармен қатар әртүрлі аудиторияға арналған контент ұсынатын коммерциялық телеарналар да белсенді дамып келеді. Олардың көпшілігі кең техникалық қамтуға ие болып, еліміздің телевизиялық хабар тарату жүйесінде маңызды орын алады. Техникалық қамтуы мен танымалдығы жоғары коммерциялық телеарналардың қатарына мыналар жатады:

**КТК** – танымал ақпараттық және әлеуметтік бағдарламаларымен кеңінен белгілі Қазақстандағы алғашқы жекеменшік телеарна.

**НТК** – позитивті әрі көңіл көтеруге бағытталған контент ұсынатын ойын-сауық телеарнасы.

**31 арна** – ақпараттық және ойын-сауық бағытындағы бағдарламаларды үйлестіретін телеарна.

**7-арна** – танымдық әрі ойын-сауық бағытындағы отбасылық телеарна. Эфирлік желісінде телехикаялар, фильмдер, ойын-сауық және ақпараттық-сараптамалық бағдарламалар ұсынылған.

**Astana TV** – қоғамдық-саяси, ақпараттық-сараптамалық бағдарламалармен қатар, танымдық және ойын-сауық контентін ұсынатын телеарна.

**Atameken Business** – экономика, бизнес және кәсіпкерлік салаларындағы жаңалықтар мен сараптамалық бағдарламаларға маманданған телеарна.

Аталған телеарналардан бөлек, Қазақстанда тақырыптық бағыттағы және өңірлік хабар таратушыларды қоса алғанда, көптеген басқа коммерциялық арналар жұмыс істейді. Бұл телевизиялық контенттің алуан түрлілігін арттырып, медиа нарықтағы бәсекелестік ортаның қалыптасуына ықпал етеді.

### 1.1.3. Нишалық және өңірлік телеарналар

Тақырыптық телеарналар – Қазақстанның телевизиялық жүйесінің маңызды құрамдас бөлігі. Олар көрермендердің белгілі бір қызығушылықтарына бағытталған мамандандырылған контент ұсынады. Бағдарламалардың кең ауқымын қамтитын әмбебап телеарналардан айырмашылығы, тақырыптық арналар спорт, музыка, білім, мәдениет және өзге де салаларға маманданады.

Қазақстандағы тақырыптық телеарналардың дамуы медиаортаның цифрлық трансформациясына тән жаһандық үрдістерді көрсетеді. Мұндай арналар көрермендердің арнайы контентке деген сұранысын қанағаттандырып қана қоймай, ортақ қызығушылықтары бар аудиторияларды қалыптастыруға мүмкіндік береді. Олар жалпыұлттық және әмбебап телеарналарды толықтыра отырып, телевизиялық контенттің алуан түрлілігін арттыруға ықпал етеді.

Мамандандырылған арналар әртүрлі бағыттарды қамтиды. Мысалы:

- спорттық арналар: Setanta Qazaqstan және басқалары;
- музыкалық арналар: Той Думан, Zhuldyz TV және басқалары;
- ақпараттық арналар: Atameken Business, 24KZ және басқалары;
- фильмдер мен сериалдарға арналған арналар: Кинодрама, Кинобоевик және басқалары.

Тақырыптық телеарналармен қатар еліміздің медиа кеңістігінде өңірлік телеарналар да маңызды рөл атқарады. Олар көптеген жылдар бойы жергілікті аудитория үшін сенімді ақпарат көзі болып келеді. Аймақтардағы маңызды оқиғаларды жариялап, өңірлердің мәдени ерекшелігін сақтауға үлес қосып келеді.

Әдетте, олардың хабар тарату аумағы облыс орталықтары мен оған жақын орналасқан елді мекендерді қамтиды. Сигнал аналогтық және цифрлық эфирлік хабар тарату, кабельдік желілер, IPTV қызметтері мен онлайн-платформалар арқылы таратылады.

Мұндай телеарналардың қатарына Жетісу, KÓKSHE, Рика ТВ, Caspian News, ТВК-6, ALTAI, JAMBYL, AQJAIYQ, Ulytau, AQTAU, Бірінші Қарағанды, QOSTANAI, Қызылорда, КТК-7, QYZYLJAR, Elnur TV және басқа да арналар жатады.

Өңірлік телеарналардың арқасында тұрғындар өз аймағындағы өзекті жаңалықтармен жедел танысып, өңірдің ерекшеліктерін көрсететін мәдени және қоғамдық маңызы бар контентке қол жеткізе алады.

#### **1.1.4. Шетелдік телеарналар**

Отандық хабар таратушылармен қатар Қазақстанның медиа кеңістігінде шетелдік телеарналар да кеңінен ұсынылған. 2025 жылғы жағдай бойынша елімізде 306 шетелдік телеарна тіркелген, бұл телевизиялық нарықтың елеулі бөлігін құрайды. Олардың арасында ең үлкен үлес ресейлік телеарналарға тиесілі болса, одан кейін британдық, америкалық және француздық арналар орналасқан. Шетелдік телеарналар санының динамикасы да тұрақты өсімді көрсетеді: 2023 жылы – 297, 2024 жылы – 301, ал 2025 жылы 306 телеарна тіркелген.

Шетелдік хабар таратушылар жаңалықтар мен деректі жобалардан бастап мәдени-ағартушылық және ойын-сауық бағдарламаларына дейінгі кең ауқымды контент ұсынады. Олардың Қазақстан медиа кеңістігіндегі қатысуы ақпараттық әртүрлілікті арттыруға ықпал етіп, елдің халықаралық телевизиялық жобалар үшін ашық ақпараттық ортаға ие екенін көрсетеді.

### **1.2. Қазақстан телеарналары туралы халықтың хабардарлық деңгейі**

Зерттеу нәтижелері<sup>1</sup> қазақстандықтардың басым бөлігі негізгі отандық телеарналарды жақсы білетінін көрсетеді. Бұл олардың қамту деңгейінің жоғары

---

<sup>1</sup> Орнату зерттеуі – телевизиялық контентті тұтыну құрылымындағы өзгерістерді анықтауға, сондай-ақ телеаудиторияның қалауы мен талғамындағы өзекті үрдістерді бақылауға бағытталған зерттеу. Сауалнама жылына бір рет CATI әдісімен (телефон арқылы сұхбат) Қазақстанның халқы 100 мың адамнан асатын ірі қалаларында жүргізіледі. Іріктеуге 15 жастан асқан респонденттер қатысады.

екенін және елдің медиа кеңістігіндегі маңызды орнын айқындайды. Халықтың телеарналар туралы хабардарлық деңгейін бағалау үшін зерттеуде «Төменде көрсетілген телеарналардың қайсысын үйіңізде орната аласыз?» деген сұрақ қолданылады. Мұндай тәсіл респонденттердің телеарналарды өздігінен тануын да, ұсынылған тізім арқылы тануын да анықтауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар телеарналардың қолжетімділігі мен халық арасында таралу деңгейін бағалауға жағдай жасайды.

Төменде 2023–2025 жылдар аралығындағы зерттеу нәтижелері бойынша телеарналар туралы хабардарлық деңгейіне қатысты деректер ұсынылған.

*1-кесте. Телеарналарды қабылдау мүмкіндігі туралы хабардарлық деңгейі. K-Research Central Asia деректері: Орнату зерттеуі, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 15 жастан жоғары респонденттер*

| №  | Телеарна               | 2023 | 2024 | 2025 |
|----|------------------------|------|------|------|
| 1  | Евразия 1-арнасы       | 96%  | 97%  | 97%  |
| 2  | Хабар                  | 95%  | 96%  | 97%  |
| 3  | КТК                    | 95%  | 92%  | 97%  |
| 4  | Qazaqstan              | 95%  | 94%  | 97%  |
| 5  | Qazsport               | 92%  | 91%  | 96%  |
| 6  | Мир                    | 94%  | 93%  | 96%  |
| 7  | Жетінші арна           | 94%  | 94%  | 96%  |
| 8  | 24 KZ                  | 95%  | 94%  | 96%  |
| 9  | 31 Арна                | 95%  | 96%  | 96%  |
| 10 | Balapan                | 93%  | 92%  | 96%  |
| 11 | Astana TV              | 93%  | 93%  | 96%  |
| 12 | НТК                    | 95%  | 91%  | 95%  |
| 13 | Almaty TV              | 91%  | 88%  | 94%  |
| 14 | Atameken Business      | 86%  | 82%  | 94%  |
| 15 | Jibek Joly             | 86%  | 82%  | 94%  |
| 16 | Sport Plus Qazaqstan   | -    | -    | 74%  |
| 17 | Той Думан              | 56%  | 61%  | 63%  |
| 18 | Ren-TV International   | 81%  | 80%  | 63%  |
| 19 | СТС International      | -    | -    | 61%  |
| 20 | Семейное Кино          | -    | 60%  | 60%  |
| 21 | Мировое Кино           | -    | 59%  | 60%  |
| 22 | Домашний очаг/Домашний | -    | 57%  | 56%  |
| 23 | Alatau TV              | 50%  | 54%  | 51%  |
| 24 | ТНТ-Comedy             | 38%  | 52%  | 48%  |
| 25 | Пятница Int.           | 43%  | 48%  | 47%  |
| 26 | Премиум Кино           | -    | 51%  | 44%  |
| 27 | Кинобоевик             | -    | 49%  | 44%  |
| 28 | Setanta Qazaqstan      | -    | 43%  | 42%  |
| 29 | Setanta Sports 1       | -    | 46%  | 42%  |

| №  | Телеарна         | 2023 | 2024 | 2025 |
|----|------------------|------|------|------|
| 30 | Setanta Sports 2 | -    | 43%  | 41%  |
| 31 | Show KZ          | -    | 34%  | 40%  |
| 32 | Turkistan        | 37%  | 46%  | 39%  |
| 33 | Коктем           | -    | 35%  | 39%  |
| 34 | Alem 2 HD        | -    | 32%  | 36%  |
| 35 | Alem 1 HD        | -    | 31%  | 36%  |

Қазақстандық көрермендер арасындағы хабардарлық деңгейі бойынша көшбасшылар қатарында бұрынғысынша «1-ші арна Еуразия», «Хабар», «КТК» және «Qazaqstan» телеарналары қалып отыр. 2025 жылы бұл арналардың танымалдық деңгейі 97%-ға жеткен. Сонымен қатар «31 арна», «24KZ», «7 арна», «Qazsport», «Мир», «Balapan» және «Astana TV» телеарналары да жоғары көрсеткіштерге ие болып, олар туралы хабардарлық деңгейі 95%-дан асады.

Салыстырмалы түрде жоғары танымалдық деңгейін «НТК», «Almaty TV», «Atameken Business» және «Jibek Joly» телеарналары да сақтап отыр. Олар аудиторияның елеулі бөлігіне жақсы таныс. Сонымен бірге бірқатар телеарналар бойынша алдыңғы жылдармен салыстырғанда хабардарлық деңгейінің өскені байқалады. Бұл олардың хабар тарату аумағының кеңеюімен, контентті белсенді ілгерілетумен және цифрлық платформаларды дамытуымен байланысты болуы мүмкін.

2024–2025 жылдары зерттеуге «Sport Plus Qazaqstan», «CTC International», «Ren-TV International» сияқты жаңа телеарналар, сондай-ақ бірқатар тақырыптық киноарналар енгізілді. Ол телевизиялық ұсыныстардың кеңейіп келе жатқанын және нарықтағы тақырыптық контенттің алуан түрлілігін көрсетеді.

Жалпы алғанда, зерттеу нәтижелері Қазақстанның жетекші телеарналарының танымалдық деңгейі жоғары екенін және телевизияның елдің медиа жүйесіндегі маңызды институт ретіндегі орнының тұрақты сақталып отырғанын растайды.

Қазақстанның телевизия саласы мемлекеттік, коммерциялық, тақырыптық және өңірлік арналарды біріктіретін көпқұрамды медиа жүйе ретінде дамуын жалғастыруда. Хабар тарату форматтары мен тақырыптарының сан алуандығы әртүрлі аудиторияларға арналған кең ауқымды контент ұсынуға мүмкіндік береді. Сонымен қатар цифрлық технологиялардың дамуы және телеарналардың интернет-платформалармен ықпалдасуы аудиторияны қамту аясын кеңейтіп, медиаконтенттің қолжетімділігін арттыруда. Ал шетелдік телеарналардың елеулі үлесі ақпараттық кеңістікті байытып, халықаралық ақпараттық және мәдени алмасудың дамуына ықпал етеді.

### 1.3. Теледидар сигналын жеткізу әдістері

Елімізде телевизиялық сигналды жеткізу бірнеше тәсіл арқылы жүзеге асырылады. Олардың әрқайсысының өзіндік ерекшеліктері мен артықшылықтары бар және телевизиялық хабар таратудың кең қамтылуы мен жоғары сапасын қамтамасыз етеді. Телевизиялық сигналды жеткізудің негізгі түрлеріне эфирлік теледидар (аналогтық және цифрлық), спутниктік теледидар, кабельдік теледидар және IP TV жатады.

Аналогтық эфирлік теледидар тарихи тұрғыдан телевизиялық сигналды таратудың негізгі тәсілі болды. Ол телевизия пайда болған кезден бастап цифрлық

технологиялар енгізілгенге дейін кеңінен қолданылды. Аналогтық хабар тарату кезінде бейне мен дыбыс үздіксіз электрлік сигнал арқылы жеткізіледі. Алайда мұндай сигнал кедергілерге сезімтал келеді және таратқыш станциядан қашықтаған сайын сапасы төмендейді. Соның салдарынан бейне мен дыбыс сапасы нашарлауы мүмкін. Соған қарамастан аналогтық теледидар ұзақ уақыт бойы Қазақстандағы телебағдарламаларды көрудің негізгі құралы болып келді.

Қазақстанда 2012 жылдан бастап цифрлық эфирлік теледидарға (ЦЭТВ) кезең-кезеңімен көшу жүзеге асырылуда. Бұл үдеріс телевизиялық сигнал сапасын жақсартуға және қолжетімді арналар санын көбейтуге бағытталған.

2026 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша цифрлық эфирлік теледидарға көшу Астана, Алматы және Шымкент қалаларында, сондай-ақ Павлодар, Қостанай, Алматы, Жамбыл, Түркістан, Маңғыстау, Солтүстік Қазақстан, Ұлытау, Жетісу, Қарағанды, Шығыс Қазақстан, Абай, Қызылорда және Атырау облыстарында толық аяқталды.

Сонымен қатар еліміздің кейбір өңірлерінде цифрландыру жұмыстары әлі де жалғасуда. Қазіргі уақытта 73 радиотелевизиялық станция (РТС) цифрлық хабар тарату форматына толық көшкен жоқ.

Цифрлық эфирлік теледидар DVB-T2 заманауи стандартына негізделген. Бұл технология сигналдың тұрақты берілуін, бейне мен дыбыстың жоғары сапасын қамтамасыз етеді және бір жиілік диапазонында бірнеше телеарнаны таратуға мүмкіндік береді. Осы артықшылықтардың арқасында цифрлық хабар тарату ескірген аналогтық форматтың орнын басып, еліміздің телевизиялық инфрақұрылымын дамытудың негізгі бағытына айналып отыр.

Спутниктік теледидар – телевизиялық сигналды жасанды жер серіктері арқылы тарататын заманауи технология. Геоостационарлық орбитада орналасқан спутниктер жердегі станциялардан сигнал қабылдап, оны күшейтіп, кең аумаққа қайта жібереді. Нәтижесінде мыңдаған шаршы шақырым аумақ қамтылады.

Сигналды қабылдау үшін абоненттерге спутниктік антенна (табақша), конвертер және ресивер қажет. Бұл жабдықтар ең шалғай және қолжетімділігі қиын аймақтардың өзінде сапалы әрі тұрақты бейне мен дыбысты қамтамасыз етеді.

Қазақстанда спутниктік теледидар ел аумағының барлық бөлігін, соның ішінде кабельдік немесе эфирлік хабар тарату қолжетімсіз болуы мүмкін шалғай елді мекендерді телевизиялық контентпен қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. «KazSat-2» және «KazSat-3» ұлттық байланыс спутниктері көптеген телеарналардың тұрақты әрі кең ауқымды таралуын қамтамасыз етеді. Соның арқасында тұрғындар отандық және шетелдік телеарналарды жоғары сапада көре алады.

Кабельдік теледидар – телевизиялық сигналды сымды желілер арқылы, негізінен коаксиалды кабель көмегімен жеткізу технологиясы. Ол бейне мен дыбыстың тұрақты әрі сапалы берілуін қамтамасыз етіп, кедергілер мен сигнал жоғалуын барынша азайтады.

Контент операторға спутниктік немесе өзге арналар арқылы жеткізіліп, кейін кабельдік желі арқылы тікелей абоненттердің үйлеріне таратылады.

Елімізде кабельдік теледидар, әсіресе қалалар мен инфрақұрылымы дамыған елді мекендерде кең таралған. Операторлар отандық және шетелдік телеарналарды қамтитын түрлі пакеттерді, сондай-ақ интернет пен телефония сияқты қосымша қызметтерді ұсынады.

Заманауи кабельдік желілер DVB-C цифрлық стандарты бойынша жұмыс істейді. Бұл жоғары сападағы, соның ішінде HD форматындағы көптеген арналарды таратуға мүмкіндік береді. Кабельдік теледидарды пайдалану үшін оператор желісіне қосылу және цифрлық сигналды өңдейтін арнайы ресивердің болуы қажет.

Сигналдың тұрақтылығы, арналардың кең таңдауы және қосымша сервистерді пайдалану мүмкіндігі кабельдік теледидардың сұранысын сақтап отыр.

IP TV (Internet Protocol Television) – телевизиялық сигнал интернет хаттамасы (IP) арқылы жеткізілетін заманауи цифрлық теледидар технологиясы. Дәстүрлі эфирлік, спутниктік немесе кабельдік хабар таратудан айырмашылығы, IP TV контентті жоғары жылдамдықты интернет желісі арқылы ұсынады.

IP TV пайдалану үшін тұрақты интернет байланысы мен арнайы қосымша немесе приставка жеткілікті.

Қазақстанда IP TV қарқынды дамып, телевизиялық контентті тұтынудың ең танымал тәсілдерінің біріне айналуда. Провайдерлер отандық және шетелдік телеарналардың кең таңдауын ұсынып қана қоймай, сұраныс бойынша бейне (VOD), интерактивті мәзір және басқа да қосымша сервистерді қолжетімді етеді.

Орнату зерттеу нәтижелері соңғы үш жылда Қазақстанның ірі қалаларындағы телевизиялық сигнал түрлерін пайдалану құрылымында елеулі өзгерістер болғанын көрсетеді. Қалалық тұрғындардың телекөру құрылымынан аналогтық эфирлік теледидар толықтай жоғалды.

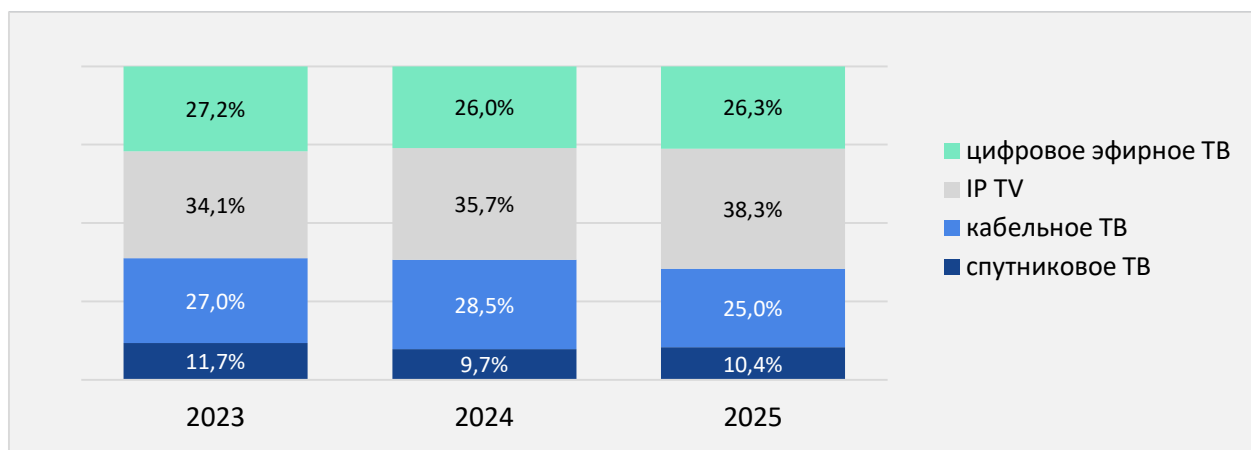
Цифрлық эфирлік теледидар салыстырмалы түрде тұрақты позициясын сақтап отыр. Оның үлесі 2023 жылы – 27,2%, 2024 жылы – 26,0%, ал 2025 жылы – 26,3% болды. Бұл көрермендер арасында аталған сигнал түрінің тұрақты сұранысқа ие екенін көрсетеді.

Ең жоғары өсім IP TV сегментінде байқалады. Оның үлесі 2023 жылғы 34,1%-дан 2025 жылы 38,3%-ға дейін өсті.

Ал кабельдік теледидардың үлесі төмендеу үрдісін көрсетті. Егер 2024 жылы оның үлесі 28,5% болса, 2025 жылы бұл көрсеткіш 25,0%-ға дейін қысқарды.

Спутниктік теледидар алдыңғы кезеңдегі төмендеуден кейін аздап қалпына келді. Оның үлесі 2024 жылғы 9,7%-дан 2025 жылы 10,4%-ға дейін өсті.

1-сурет. ТВ-сигналға қосылу түрі. K-Research Central Asia деректері: Орнату зерттеуі, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, үй шаруашылықтары



Осылайша, Қазақстандағы телевизиялық контентті тұтыну құрылымы біртіндеп цифрлық және интернет форматтарға ауысуда. Ең қарқынды дамып келе жатқан сегмент – интернет-теледидар (IP TV). Бұл көрермендердің талғамы өзгеріп жатқанын және жоғары жылдамдықты интернеттің қолжетімділігі артып келе жатқанын көрсетеді.

Телеконтентті көрудің заманауи форматтары пайдаланушыларға көбірек икемділік пен интерактивті мүмкіндіктер ұсынып, медиаконтентті өзіне қолайлы уақытта және әртүрлі құрылғылар арқылы тұтынуға жағдай жасайды.

## 1.4. Негізгі операторлар мен провайдерлер

Қазақстандағы цифрлық эфирлік теледидардың негізгі операторы – елді цифрлық хабар таратуға көшіру жөніндегі ауқымды жобаны жүзеге асырып отырған «Қазтелерадио» АҚ ұлттық компаниясы. Оператор мемлекеттік телеарналардың трансляциясын қамтамасыз етіп, ел аумағында цифрлық эфирлік теледидар инфрақұрылымын дамыту жұмыстарын жүргізуде.

ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігінің деректеріне сәйкес, 2025 жылы елімізде телевизиялық хабар тарату қызметін көрсететін 10 спутниктік оператор, 113 кабельдік оператор және байланыс желілері арқылы қызмет көрсететін 6 оператор тіркелген.

Кабельдік теледидар нарығында ірі ұлттық провайдерлермен қатар өңірлік операторлар да жұмыс істейді. Ең ірі компаниялардың қатарына «Алма ТВ», Alacast (KT ID TV), Aziacell (KT Digital TV) және Terraline жатады. Бұл компаниялар қызметтерін ел аумағының едәуір бөлігінде ұсынса, өзге операторлар негізінен өңірлік деңгейде жұмыс істеп, жекелеген қалалар мен облыстарға қызмет көрсетеді.

2025 жылғы Орнату зерттеу деректеріне сәйкес, кабельдік операторлар арасында ең жоғары ену көрсеткіші Aziacell (13%) және «Алма ТВ» (12%) компанияларына тиесілі. Бұл аталған компаниялардың кабельдік теледидар нарығындағы позицияларының әлі де мықты екенін көрсетеді.

Нарықтың спутниктік сегментінде де еліміздің бүкіл аумағында хабар тарату лицензиясына ие бірнеше оператор қызмет атқарады. Олардың ішінде кең көлемдегі телеарналар пакетін ұсынып, елдің шалғай және қолжетімділігі қиын өңірлерін телевизиялық контентпен қамтамасыз ететін «Қазтелерадио» (Otau TV бренді) және TV Commerce компанияларын атап өтуге болады.

Қазақстандағы интернет-теледидар (IP TV) нарығы да қарқынды дамуын жалғастыруда. Бұл сегменттегі танымал провайдерлердің қатарында «Қазақтелеком» ұлттық операторының ID TV қызметі, Bee TV және «Алма ТВ» бар. Олар интернет-теледидар қызметтерімен қатар интерактивті сервистерді де ұсынады. 2025 жылғы Орнату зерттеу нәтижелері бойынша интернет-операторлар арасында ең жоғары ену деңгейі ID TV-ге (20%), Bee TV-ге (12%) және «Алма ТВ»-ға (4%) тиесілі.

Жалпы алғанда, Қазақстандағы телевизиялық операторлар нарығы сигнал жеткізудің түрлі технологиялары мен провайдерлердің кең ауқымымен ерекшеленеді. Дәстүрлі телехабар тарату форматтарымен қатар интернет-теледидар да қарқынды дамып келеді. Бұл медиатұтынуды цифрландырудың жалпы үрдісін көрсетіп, аудиторияның телевизиялық контентке қол жеткізу мүмкіндіктерін кеңейтуде.

## 1.5. Теледидарды көруді өлшеу әдістемесі

TV Index 100 000+ – Қазақстан аумағында жүзеге асырылатын телевизиялық аудиторияны өлшеу жүйесі. Жоба көрілім туралы деректерді жинауға және талдауға бағытталған. Оның аясында телеарналардың аудиториялық көрсеткіштері, сондай-ақ көрермендердің мінез-құлықтық және әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары зерттеледі.

Жиналған деректерді телеарналар, жарнама агенттіктері және жарнама берушілер бағдарламалық саясатты қалыптастыру, медиажоспарлау, жарнамалық орналастырудың тиімділігін бағалау және жарнама уақытын сатып алу сияқты

қолданбалы міндеттерді шешу үшін пайдаланады. Жүйе медиаиндустрия қатысушылары арасындағы көрсеткіштерді салыстыруға мүмкіндік беретін стандартталған метрикаларды ұсынады.

Өлшеу нысаны – телевизияның сызықтық қаралымы. Өлшеу жұмыстары портативті пиплметрлердің (Portable People Meter, PPM) көмегімен жүргізіледі. Бұл – панель қатысушылары өзімен бірге алып жүретін шағын құрылғылар. Олар телевизиялық эфирге арнайы енгізілген кодталған аудиосигналдарды анықтайды. Осылайша пиплметрлер көрілім фактісін оның қай жерде жүзеге асқанына қарамастан (үйде немесе үйден тыс жерде) тіркейді.

Жиналған ақпарат автоматты түрде өңделеді. Деректер құрылғы жадында сақталып, кейін орталықтандырылған базаға жіберіледі. Мұнда олар әрі қарай өңделіп, талдаудан өтеді.

Аудитория Қазақстанның халқы 100 мыңнан асатын барлық қалаларын қамтитын репрезентативті панель негізінде өлшенеді. Панель құрамына 6 жастан жоғары барлық отбасы мүшелері кіреді. Олар әртүрлі әлеуметтік-демографиялық топтардың өкілдері болып табылады. Респонденттер зерттеуге ерікті түрде қатысады. Сонымен қатар панельдің халық құрылымына сәйкестігін сақтау мақсатында оның құрамы тұрақты түрде жаңартылып, ротацияланып отырады.

Үй шаруашылықтарын іріктеуге дейін жыл сайын ауқымды Орнату зерттеуі жүргізіледі. Ол халықтың әлеуметтік-демографиялық және техникалық сипаттамалары туралы өзекті ақпарат алуға мүмкіндік береді. Алдыңғы жылдары зерттеу көлемі шамамен 3 мың сұхбатты құраса, 2025 жылы іріктеме көлемі 5 105 сұхбатқа дейін кеңейтілді. Зерттеу телефон арқылы сауалнама жүргізу (CATI) және онлайн-сұхбат (CAWI) әдістерін біріктіру арқылы жүзеге асырылды.

Орнату бойынша зерттеу нәтижелерін жан-жақты талдау негізінде панель құрылымын қалыптастыруға қажетті бақылау параметрлері анықталады. Бұл – телекөрілімге елеулі әсер ететін және панель құрамында дәл көрсетілуі тиіс сипаттамалар. Мысалы, осындай параметрлердің бірі – телевизиялық сигналға қосылу түрі. Ол панельді қалыптастыру кезінде тұрақты түрде бақылауда болады.

Зерттеу аясында келесі параметрлер қадағаланады:

- Жеке сипаттамалар: жас, жыныс, білім деңгейі, жұмыспен қамтылуы, ұлты, отбасылық жағдайы;
- Үй шаруашылығының сипаттамалары: тұратын өңірі, үй шаруашылығындағы адам саны, отбасындағы қарым-қатынас тілі;
- Телевизиялық жабдық сипаттамалары: телевизиялық сигналды жеткізу түрі (эфирлік немесе эфирлік емес), теледидар саны, Smart TV функциясы бар теледидардың болуы.

Сонымен қатар Орнату бойынша зерттеу нәтижелері панельдік резерв базасын қалыптастыру үшін қолданылады. Ол негізгі бақылау параметрлеріне сәйкес келетін үй шаруашылықтарының жиынтығынан тұрады. Оның көмегімен қосымша далалық зерттеулер жүргізбей-ақ панельдің репрезентативтілігі сақталады. Қажет болған жағдайда, мысалы, респонденттер зерттеуден шыққанда немесе қажетті сипаттамаларға сәйкес келмей қалған кезде, іріктеме жедел түрде толықтырылады.

Аудиторияны өлшеумен қатар жүйе тәулік бойы, аптасына жеті күн үздіксіз телевизиялық эфирді жазып отырады. Барлық эфирлік оқиғалар (бағдарламалар, жарнамалар және т.б.) жанры, ұзақтығы, шығарылған елі, жарнама берушісі, брендті, тауар санаты және басқа да сипаттамалары бойынша егжей-тегжейлі белгіленеді. Нәтижесінде эфир мониторингінің деректер базасы қалыптасады және ол пиплметрлер арқылы алынған аудиториялық мәліметтермен салыстырылады.

Ақпарат жиналғаннан кейін бірнеше кезеңнен тұратын өңдеу рәсімінен өтеді:

- валидация (деректердің дұрыстығын тексеру);

- салмақтау (әлеуметтік-демографиялық құрылымды есепке алу);
- экстраполяция (нәтижелерді бүкіл халыққа тарату).

Алдын ала деректер эфирден кейінгі келесі жұмыс күні қолжетімді болады. Ал қорытынды деректер үшінші жұмыс күні жарияланады.

Деректерге қол жеткізу Instar Analytics бағдарламалық қамтамасыз етуі арқылы жүзеге асырылады. Бұл жүйе телеарналар, бағдарламалар, жарнамалық блоктар, телекөрілім динамикасы, мақсатты аудиториялар және медиажоспарлардың тиімділігі бойынша әртүрлі есептерді қалыптастыруға мүмкіндік береді.

2025 жылы Қазақстандағы телевизиялық өлшеу жүйесі одан әрі дамыды. Ұлттық медиа қауымдастығы мен K Research Central Asia зерттеу компаниясы Қазақстанның шағын қалалары мен ауылдық елді мекендеріндегі телевизиялық тұтыну құрылымын зерттеуге бағытталған қосымша Орнату бойынша зерттеу жүргізді (TV Index 100 000-).

Зерттеудің далалық кезеңі 2025 жылдың ақпан-сәуір айлары аралығында планшеттерді пайдалану арқылы бетпе-бет сұхбат жүргізу (Face-to-Face, F2F) әдісімен өтті. Барлығы 3 035 сұхбат алынды.

Жиналған деректер ірі қалалардан тыс жерлердегі телевизиялық тұтыну ерекшеліктерін бағалауға мүмкіндік берді және телевизиялық өлшеудің кеңейтілген жүйесін тестілік режимде енгізуге негіз болды.

Шағын қалалар мен ауылдық елді мекендерді зерттеу жүйесіне қосу ұлттық телекөрілімді өлшеу жүйесін дамытудағы маңызды кезеңге айналды. Бұған дейін телевизиялық аудиторияны тұрақты өлшеу негізінен Қазақстанның халқы 100 мыңнан асатын 21 қаласында жүргізіліп келді. Бұл қалалар еліміздің телевизиялық жарнама нарығының негізгі бөлігін құрайды.

## **1.6. Шағын қалалар мен ауылдық елді мекендердің телевизиялық кеңістігінің ерекшеліктері**

2025 жылы Қазақстандағы телевизиялық өлшеу жүйесі одан әрі дамыды. Ұлттық Медиа қауымдастығы K Research Central Asia зерттеу компаниясымен бірлесіп, Қазақстанның шағын қалалары мен ауылдық елді мекендеріндегі телевизияны тұтыну құрылымын зерттеуге бағытталған қосымша орнату зерттеуін (TV Index 100 000-) жүргізді.

Зерттеудің далалық кезеңі 2025 жылғы ақпан-сәуір айлары аралығында планшеттерді пайдалана отырып, бетпе-бет сұхбат (Face-to-Face, F2F) әдісімен өткізілді. Барлығы 3 035 сұхбат жүргізілді. Жиналған деректер ірі қалалардан тыс жерлердегі телевизияны тұтыну ерекшеліктерін бағалауға мүмкіндік беріп, телевизиялық өлшеудің кеңейтілген жүйесін сынақ режимінде енгізуге негіз болды.

TV Index 100 000- орнатушы зерттеуінің нәтижелері шағын қалалар мен ауылдық елді мекендердегі телевизияны тұтыну ірі қалалармен салыстырғанда бірқатар ерекшеліктерге ие екенін көрсетті. Бұл аумақтарда эфирлік және спутниктік телевизияның таралу деңгейі жоғары. Эфирлік телевизияға қосылған үй шаруашылықтарының үлесі 39,5% болса, халқы 100 мыңнан асатын қалаларда бұл көрсеткіш 26,0%. Спутниктік телевизияны үй шаруашылықтарының 16,1%-ы пайдаланады, ал ірі қалаларда бұл үлес 9,7%. Сонымен қатар кабельдік телевизияның таралуы айтарлықтай төмен: шағын қалалар мен ауылдық елді мекендерде оның үлесі 6,5%, ал халқы 100 мыңнан асатын қалаларда 28,5%.

Теледидар көру деңгейінде де айтарлықтай айырмашылықтар байқалады. Шағын қалалар мен ауылдық елді мекендерде телевизияны тұтыну көрсеткіштері жоғары. Орташа тәуліктік көру уақыты 204 минутты құрайды, ал ірі қалаларда бұл көрсеткіш 151 минут. Тәуліктік орташа қамту деңгейі тиісінше 59,6% және 48,2%. Сонымен бірге Smart TV функциясы бар теледидарлардың таралу деңгейі мұнда біршама төмен: 68,4%, ал ірі қалаларда 72,5%.

Зерттеу нәтижелері сондай-ақ шағын қалалар мен ауылдық елді мекендерде үйде қазақ тілінде сөйлесуді қалайтын тұрғындардың үлесі жоғары екенін көрсетті. Бұл көрсеткіш 60,9% болса, халқы 100 мыңнан асатын қалаларда 50,7%. Ол шағын елді мекендердегі аудиторияның тілдік құрылымының ерекшеліктерін айқындайды.

Шағын қалалар мен ауылдық елді мекендерді телевизиялық өлшеу жүйесіне енгізу бастамасы еліміздегі теледидар аудиториясын өлшеудің ұлттық жүйесін дамытудағы маңызды кезең болды. Соңғы жылдары телевизиялық аудиторияны тұрақты өлшеу негізінен Қазақстанның халқы 100 мыңнан асатын 21 қаласында жүргізіліп келді. Дәл осы қалалар елдің телевизиялық жарнама нарығының негізгі бөлігін қалыптастырады.

## 2-тарау. Қазақстандық телеарналардың аудиториясы

Бұл тарау 2023–2025 жылдар аралығындағы Қазақстандағы телекөрілімнің негізгі сипаттамаларына шолу жасауға арналған. Онда көрілім көлемі мен құрылымындағы басты үрдістер, тәуліктік және маусымдық өзгерістер, сондай-ақ жұмыс және демалыс күндеріндегі айырмашылықтар қарастырылады. Сонымен қатар телеарналардың қамту деңгейі, көру уақыты және аудитория үлесі сияқты негізгі көрсеткіштерінің динамикасы сипатталады.

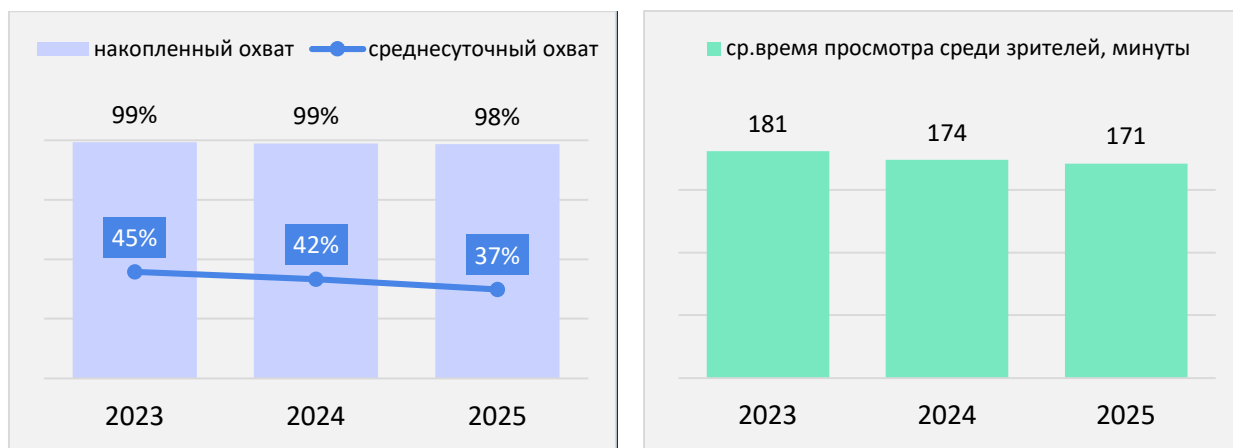
Тараудың қорытынды бөлімінде демографиялық және әлеуметтік сипаттамалар негізінде телевизиялық аудиторияның жинақталған портреті ұсынылады. Келтірілген деректер телекөрілімнің қазіргі жағдайын бағалауға және медиатұтыну трансформациясы жағдайында аудитория мінез-құлқындағы өзгерістерді бақылауға мүмкіндік береді.

### 2.1. Теледидар көрудің жалпы сипаттамасы

2025 жылы Қазақстанның ірі қалаларында тұратын 6 жастан жоғары тұрғындардың 98,4%-ы теледидарды кем дегенде бір рет көрген. Сонымен қатар халықтың 37,3%-ы теледидарды күн сайын қосқан, ал көрермендер арасындағы орташа көру уақыты тәулігіне 171 минутты құрады.

Теледидардың орташа тәуліктік қамтуы мен орташа көру уақыты біртіндеп төмендеп келеді. Бұл – медиатұтырудың өзгеруіне байланысты қалыптасқан жаһандық үрдіс. Дегенмен көрсеткіштердің төмендеуі күрт емес, баяу қарқынмен жүруде. Бұл телевизияның әлі де ауқымды әрі тұрақты аудиториясын сақтап отырғанын аңғартады.

2-сурет. Телевизиялық аудитория көрсеткіштері. K-Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6+ жас, Rch%, AvRch%, AvAud(View) [мин]

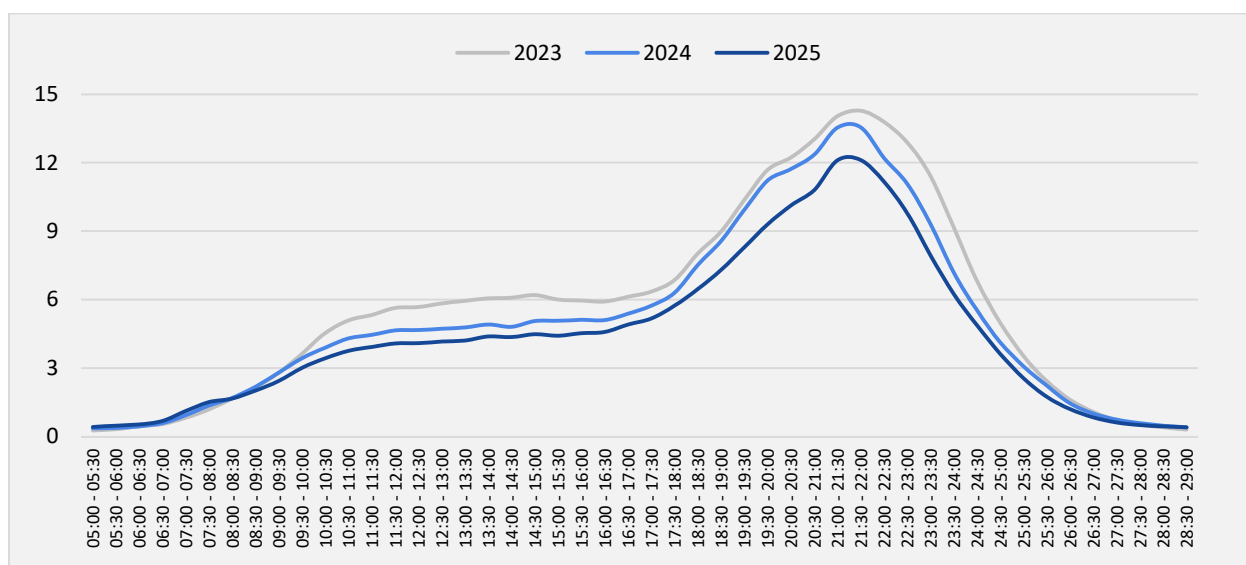


Телевизиялық көрілім – белгілі бір ырғаққа бағынатын динамикалық процесс. Халықтың күн ішіндегі белсенділігі қалай өзгерсе, телевизиямен өзара әрекеттесу деңгейі де соған сәйкес өзгереді.

Таңертеңгі және күндізгі уақыт телекөрініс белсенділігінің төмен деңгейімен сипатталады, себебі аудиторияның басым бөлігі жұмыс, оқу және күнделікті істермен айналысады. Осы кезеңде телеарналардың рейтинг көрсеткіштері әдетте салыстырмалы түрде төмен болады.

Ең жоғары көрілім белсенділігі кешкі уақытта байқалады. Әсіресе прайм-тайм кезеңінде – 18:00–24:00 аралығында. Бұл уақытта адамдардың көпшілігі үйге оралып, жаңалықтар, ойын-сауық бағдарламалары, сериалдар және басқа да контентті көруге назар аударады. Аталған уақыт аралығы дәстүрлі түрде телекөрілімнің шыңы болып саналады және телеарналар мен жарнама берушілер үшін стратегиялық маңызға ие.

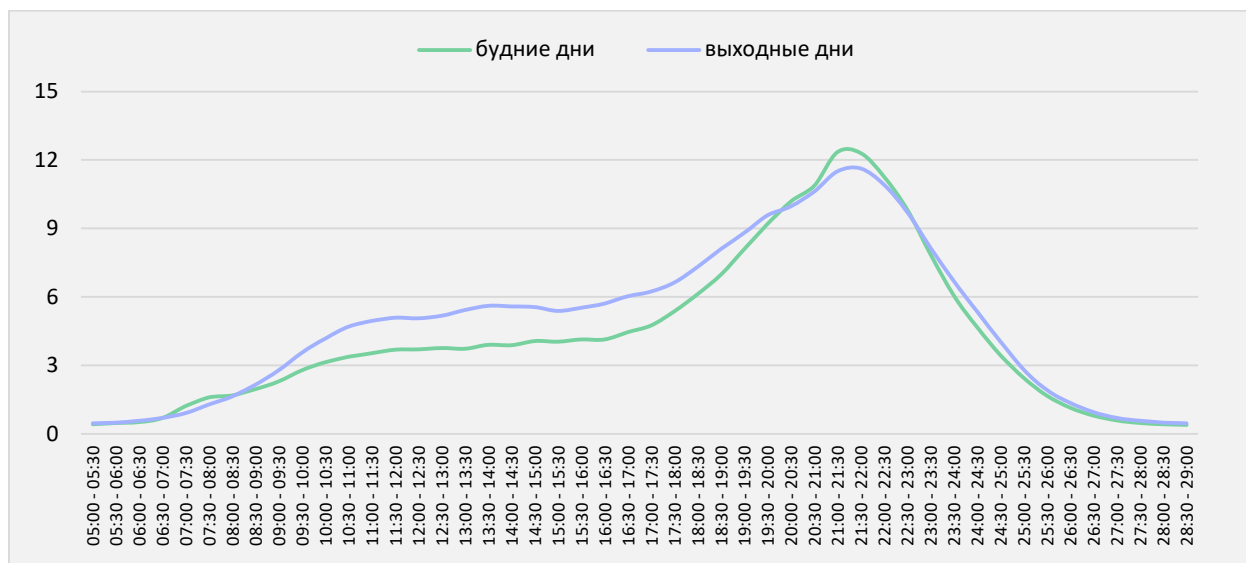
2-сурет. Телевизиялық аудиторияның ырғағы. K-Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6+ жас, Rtg%



Жұмыс күндері мен демалыс күндері арасында да елеулі айырмашылықтар байқалады. Демалыс күндері таңертеңгі және күндізгі теледидар көрудің деңгейі айтарлықтай жоғары. Себебі көпшілік адамдардың күн тәртібі еркін болып, теледидарды күннің бірінші жартысында-ақ жиі қоса бастайды.

Ал жұмыс күндерінде, керісінше, күндізгі уақытта белсенділік салыстырмалы түрде төмен деңгейде сақталады және кешкі уақытқа қарай біртіндеп артады.

3-сурет. Телевизиялық аудиторияның ырғағы. K-Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6+ жас, 2025 жыл, Rtg%.



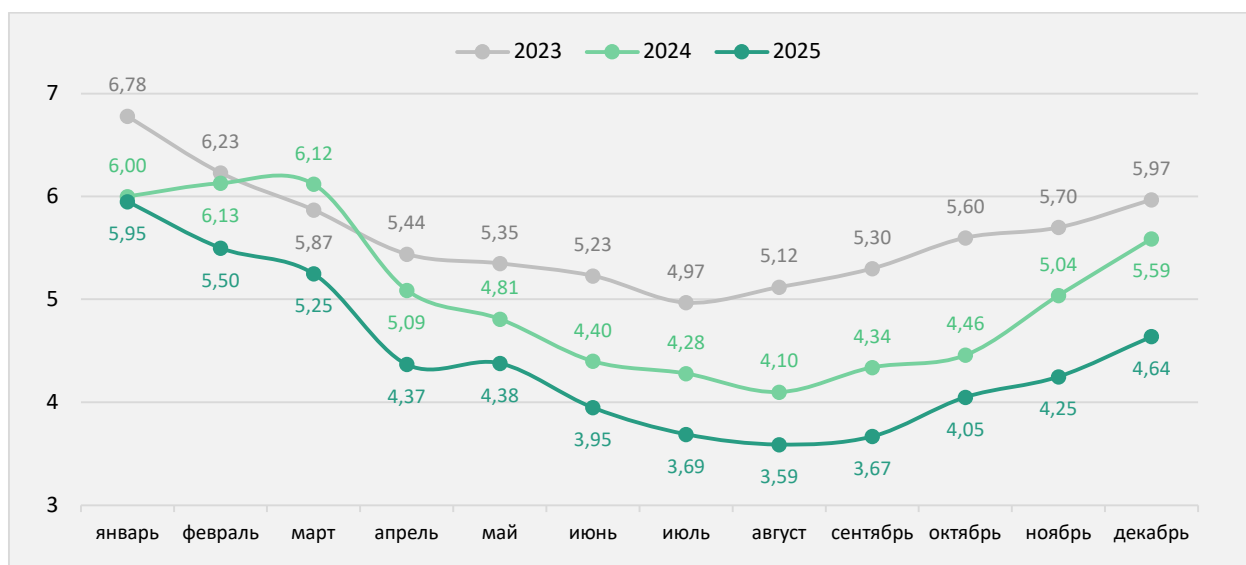
Тәуліктік өзгерістермен қатар теледидар көрудің белсенділігіне маусымдық фактор да айтарлықтай әсер етеді. Қазақстанда телекөрілімнің маусымдылығы тұрақты жылдық цикл түрінде көрінеді. Мәселен, қыс айларында көрсеткіштер әдетте жоғары болса, жаз мезгілінде төмендеу байқалады.

Соңғы жылдардағы деректер бойынша ең жоғары рейтингтер қаңтар, ақпан және желтоқсан айларында тіркелген. Бұл кезеңде суық ауа райы мен мерекелік демалыс күндері адамдардың үйде көбірек уақыт өткізуіне ықпал етеді.

Ал жаз айларында (маусым–тамыз) теледидар көру көрсеткіштері ең төмен деңгейге түседі. Мұның себебі – жылы ауа райы, демалыс және каникул кезеңі, сондай-ақ тұрғындардың бос уақытын көбіне үйден тыс өткізуі. 2025 жылы ең төмен көрсеткіш тамыз айында (3,59%) тіркелді, бұл телекөрілімнің дәстүрлі жазғы маусымдылығын растайды.

Күзгі және көктемгі айларда аралық деңгейдегі көрсеткіштер байқалады. Қыркүйектен бастап теледидар көру ырғағы біртіндеп артып, аудиторияның жұмыс және оқу режиміне қайта оралуына байланысты жылдың соңына қарай жоғары мәндерге жетеді.

4-сурет. Теледидар көрудің маусымдылығы. K-Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6+ жас, Rtg%



Теледидар көрудің маусымдық ауытқуларына қарамастан, Қазақстанның телевизиялық нарығының құрылымы салыстырмалы түрде тұрақты болып қала береді. Соңғы үш жылдағы телеарналардың үлес динамикасы нарықтағы негізгі ойыншылардың позицияларын бағалауға және күштердің қайта бөлінуін бақылауға мүмкіндік береді.

Төменде 2023–2025 жылдар аралығындағы Қазақстан телеарналарының аудитория үлесінің динамикасын көрсететін график берілген. Деректер арналар арасындағы жоғары бәсекелестік деңгейін және аудитория үлесінің нарық ішінде біртіндеп қайта бөлініп жатқанын көрсетеді.

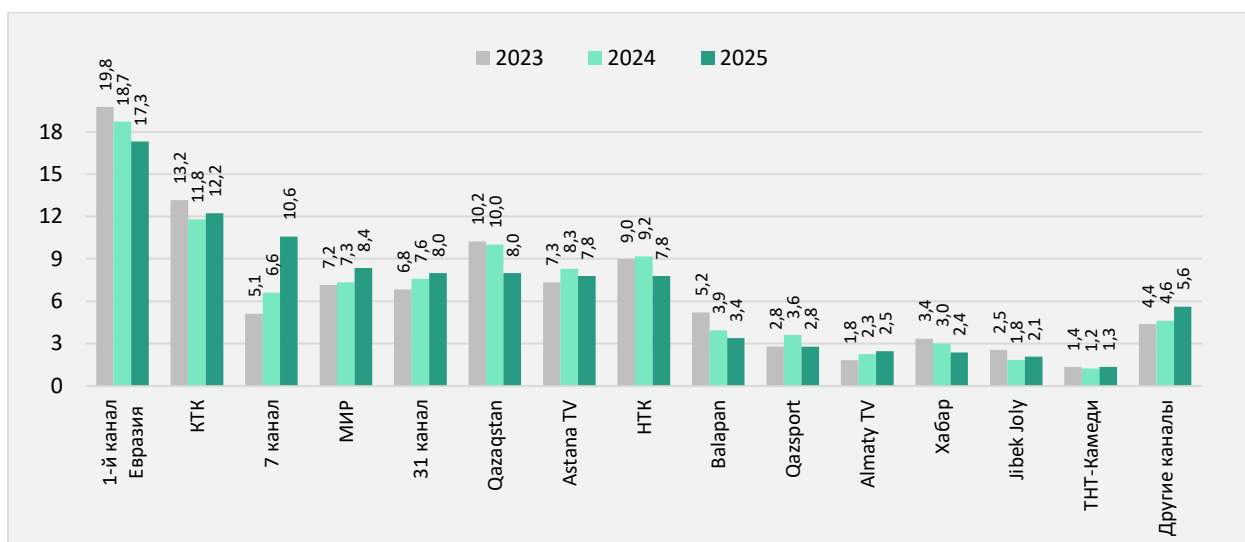
Үш жыл бойы «1-ші арна Еуразия» телеарнасы аудитория үлесі бойынша көшбасшылықты сақтап келеді. Алайда оның көрсеткіштері біртіндеп төмендеу үрдісін көрсетеді (2023 жылғы 19,8%-дан 2025 жылы 17,3%-ға дейін). Соған қарамастан, арна елдің телевизиялық нарығындағы бірінші орнын сақтап отыр.

Екінші орынды КТК телеарнасы иеленеді. Оның үлесі 2024 жылы төмендегеннен кейін ішінара қалпына келіп, 2025 жылы 12,2%-ды құрады.

Сонымен қатар бірқатар дәстүрлі көшбасшылардың аудитория үлесінде біртіндеп төмендеу байқалады. Бұл үрдіс теледидар көрудің арналар арасында қайта бөлінуін және телевизиялық нарықтағы бәсекелестіктің күшеюін көрсетеді.

Ең маңызды өзгерістердің бірі – 7-арнаның позициясының айтарлықтай күшеюі. 2023–2025 жылдар аралығында оның аудитория үлесі екі еседен астам артты. Нәтижесінде арна нарықтың жетекші ойыншылары қатарына еніп, үшінші орынға көтерілді. Оның үлесі 2023 жылғы 5,1%-дан 2025 жылы 10,6%-ға дейін өсті. Динамика – соңғы жылдардағы Қазақстан телевизиялық нарығындағы ең елеулі өзгерістердің бірі. Мұндай өсім арнаның бағдарламалық кестесінің дамуы және контент ұсынысының кеңеюімен байланысты болуы мүмкін, бұл қосымша аудитория тартуға мүмкіндік берді.

Нарықта тұрақты позицияларын «МИР», «31 арна», «Qazaqstan», «Astana TV» және «НТК» телеарналары сақтап отыр. Олардың аудитория үлесі салыстырмалы түрде жақын деңгейде қалып, көрермен тарапынан тұрақты сұраныстың бар екенін көрсетеді. Сонымен қатар кейбір арналар бойынша көрсеткіштердің шамалы ауытқуы байқалады.



6-сурет. Телеарналардың үлесі. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіш – Share%

Балаларға арналған тақырыптық телеарналар арасында Balapan әлі де ең танымал арналардың бірі болып қала береді. Дегенмен оның аудитория үлесі біртіндеп төмендеп келеді. Qazsport спорттық телеарнасының көрсеткіштері құбылмалы сипатқа ие. Бұл спорттық трансляциялардың маусымдық ерекшеліктерімен байланысты болуы мүмкін.

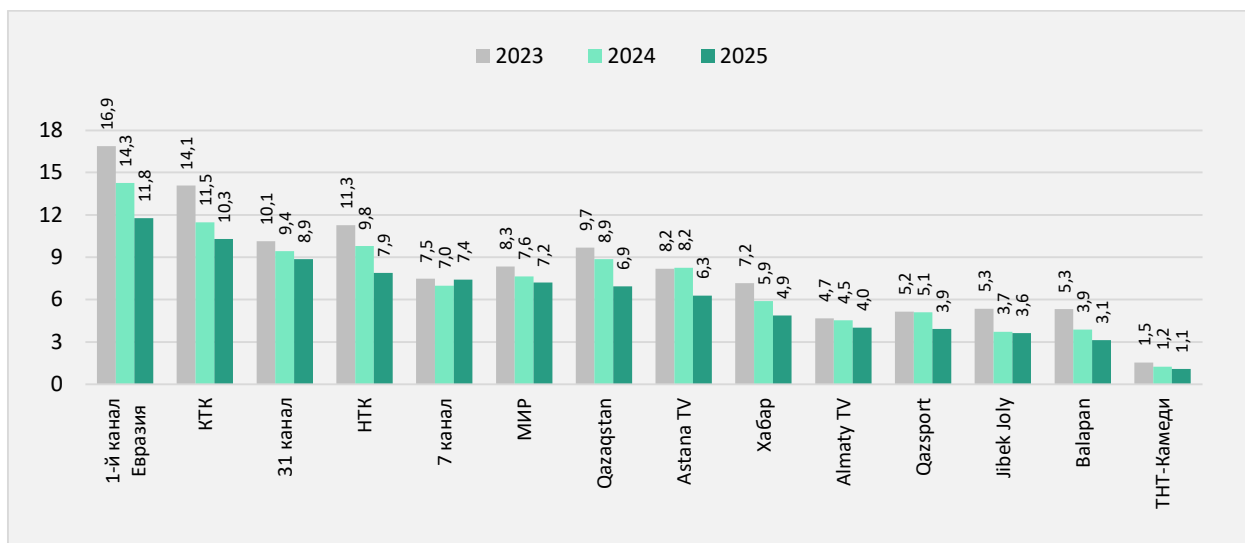
Almaty TV телеарнасы аудитория үлесінің біртіндеп өсуін көрсетсе, соңғы жылдары Хабар арнасының көрсеткіштерінде төмендеу байқалады. Ал Jibek Joly және ТНТ-Comedy арналарының үлесі салыстырмалы түрде тұрақты деңгейде сақталып отыр.

Телеарнаның аудиториядағы үлесі екі негізгі факторға байланысты: оны көретін көрермендер саны және олардың арнаны көруге жұмсайтын уақыты. Сондықтан телеарналардың нарықтағы позициясын жан-жақты бағалау үшін орташа тәуліктік қамту мен көрермендердің орташа көру уақыты көрсеткіштерін де қарастырған жөн.

Орташа тәуліктік қамту көрсеткіші бойынша көшбасшы орындарды 1-Еуразия арнасы, КТК, 31 арна және НТК сақтап отыр. 2023–2025 жылдар аралығында көрсеткіштердің жалпы төмендеуіне қарамастан, аталған телеарналар ең көп көрермен тартатын арналар қатарында қалуда. 2025 жылы орташа тәуліктік қамту көрсеткіші 1-Еуразия арнасында – 11,8%, КТК-да – 10,3%, ал 31 арнада – 8,9% болды.

Сонымен қатар телеарналардың басым бөлігінде орташа тәуліктік қамту деңгейінің біртіндеп төмендеуі байқалады. Бұл үрдіс телевизиялық нарықтағы бәсекелестіктің күшеюін және аудиторияның медиатұтыну құрылымының өзгеруін көрсетуі мүмкін. Алайда 7 арна қамту көрсеткішінің аздап өсуін көрсетіп, көрермендер қызығушылығының тұрақты екенін дәлелдеп отыр.

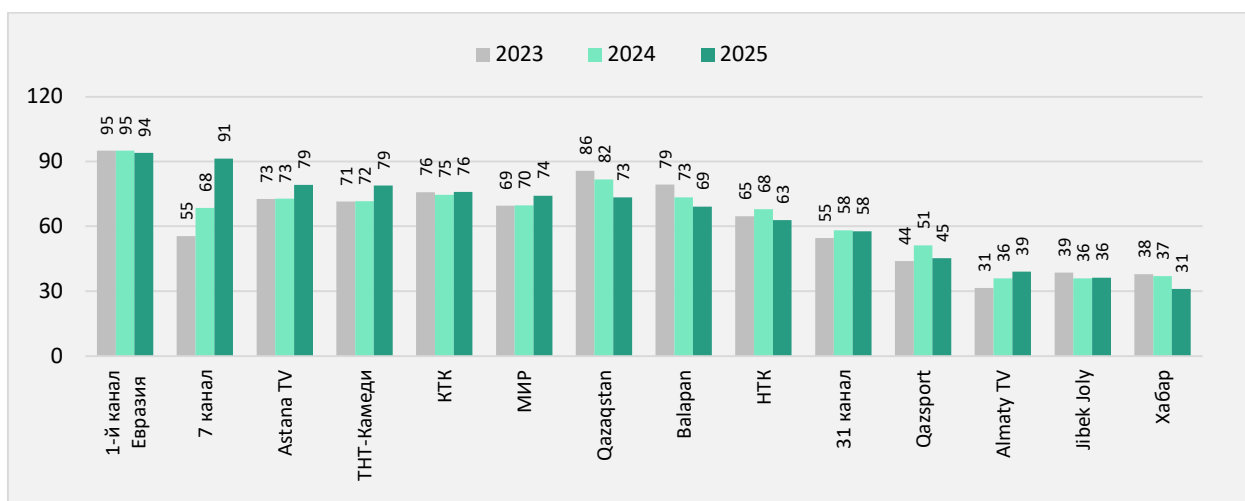
5-сурет. Телеарналардың орташа тәуліктік қамту көрсеткіші. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index. Халқы 100 000 адамнан асатын қалалар, 6 жастан жоғары аудитория, AvRch%.



Көрсеткіш бойынша көрермендердің орташа көру уақыты 1-Еуразия арнасы сақтап отыр – тәулігіне шамамен 94 минут. Сондай-ақ аудиторияның жоғары қызығушылығын 7 арна, Astana TV, ТНТ-Comedy, КТК және МИР телеарналары да көрсетуде.

Әсіресе, 7 арнаның көрсеткіштері айтарлықтай өскен. Арнаның орташа көру уақыты 2023 жылғы 55 минуттан 2025 жылы 91 минутқа дейін ұлғайған. Бұл көрсеткіштердің телеарна контентіне деген қызығушылығының едәуір артқанын көрсетеді.

6-сурет. Телеарналарды көретін аудиторияның орташа көру уақыты. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіш – AvAud(view) [мин]



Ірі телеарналардың басым бөлігінде көрермендердің орташа көру уақыты тәулігіне 60–80 минут деңгейінде сақталып отыр. Бұл аудиторияның тұрақты қызығушылығын және көрермендердің жоғары деңгейде тартылғанын көрсетеді.

Осылайша, аудитория үлесі, орташа тәуліктік қамту және көру уақыты көрсеткіштерін талдау Қазақстанның телевизиялық нарығындағы телеарналардың позициясын жан-жақты бағалауға мүмкіндік береді. Жекелеген көрсеткіштердегі

ауытқуларға қарамастан, жетекші телеарналар өз аудиториясын сақтап қана қоймай, көрермендердің жоғары қызығушылығын қамтамасыз етіп келеді.

Цифрлық платформалардың қарқынды дамуы мен медиатұтыну құрылымындағы өзгерістерге қарамастан, теледидар қазақстандықтардың күнделікті өмірінің маңызды бөлігі болып қала береді. Ел тұрғындарының басым бөлігі телевизиялық контентті тұрақты түрде тамашалайды, сондықтан теледидар ақпарат пен ойын-сауықтың ең ауқымды көздерінің бірі саналады.

Сонымен қатар теледидар көру деңгейі тәулік уақыты мен жыл мезгіліне байланысты өзгеріп отырады. Атап айтқанда, таңертең және күндіз аудитория белсенділігі төмен болса, кешкі уақытта және қыс мезгілінде теледидар көру көрсеткіштері ең жоғары деңгейге жетеді. Бұл өзгерістер көрермендердің күнделікті өмір салты мен қалыптасқан дағдыларымен тікелей байланысты.

Мұндай үрдістерді түсіну телеарналарға бағдарламалар кестесін тиімді жоспарлауға, аудиторияның қызығушылықтарын ескеруге және көрермендердің тартылу деңгейін арттыруға мүмкіндік береді. Мұның барлығы Қазақстандағы теледидардың өзгермелі медиаорта жағдайына бейімделе отырып, өз маңызын сақтап келе жатқан серпінді әрі тұрақты медиа сегмент екенін көрсетеді.

## **2.2. Теледидар аудиториясының профилі**

### **2.2.1. Теледидарды көруге қосқан үлесі**

Теледидар аудиториясының кімдерден құралатынын және оның құрылымының қалай өзгеріп жатқанын түсіну үшін көрермендердің негізгі демографиялық және әлеуметтік сипаттамаларын тұрақты түрде талдап отыру қажет. Мұндай талдау телеарналарға контентті аудиторияның өзекті сұраныстарына бейімдеуге, ал жарнама берушілерге медиажоспарлауды тиімдірек жүргізуге мүмкіндік береді.

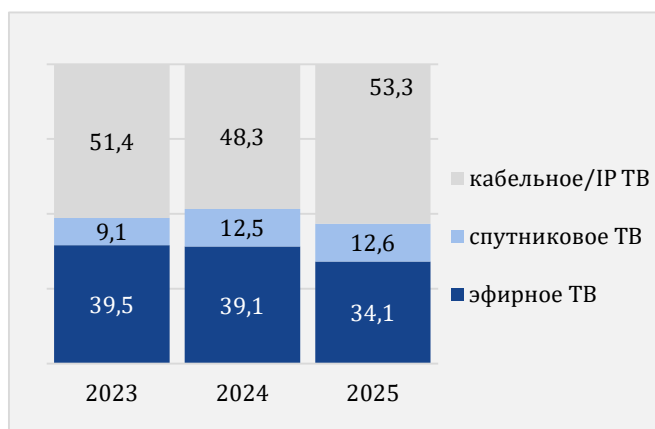
Бұл бөлімде 2023–2025 жылдар аралығындағы Қазақстандағы теледидар көрудің негізгі үрдістері ұсынылған. Атап айтқанда, телевизиялық сигналды қабылдаудың техникалық ерекшеліктері, аудиторияның гендерлік және жас құрылымы, этностық және тілдік құрамы, сондай-ақ көрермендердің жұмыспен қамтылу түрі мен білім деңгейі бойынша үлесі қарастырылады. Бұл деректер телевизиялық аудитория туралы тұтас түсінік қалыптастырып, медиатұтыну өзгерген жағдайда оның қалай трансформацияланып жатқанын бағалауға мүмкіндік береді.

Теледидар аудиториясының маңызды сипаттамаларының бірі – үй шаруашылығындағы телевизиялық сигналды қабылдау түрі. Өйткені ол телеарналардың қолжетімділігіне және теледидар көру құрылымына тікелей әсер етеді.

2025 жылы теледидар көрудің ең үлкен үлесін кабельдік және интернет-теледидар пайдаланатын үй шаруасындағы көрермендері қамтамасыз етті. Олардың үлесіне жалпы теледидар көру көлемінің 53,3%-ы тиесілі болды (TgSat% көрсеткіші – теледидар көруге тартылған жалпы аудиториядағы үлес). 2023 жылмен салыстырғанда бұл көрсеткіш 51,4%-дан 53,3%-ға дейін өсіп, телевизиялық сигналды жеткізудің цифрлық тәсілдерінің біртіндеп дамып келе жатқанын көрсетеді.

Ал эфирлік теледидар арқылы сигнал қабылдайтын үй шаруашылықтары көрермендерінің үлесі, керісінше, төмендеу үрдісін байқатады. Егер 2023 жылы олардың үлесі 39,5% болса, 2025 жылы бұл көрсеткіш 34,1%-ға дейін азайған.

9-сурет. Теледидар аудиториясының профилі: телевизиялық сигналды қабылдау түрі. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіш – TgSat%



Спутниктік теледидар көрсеткіштері салыстырмалы түрде тұрақты болып отыр. 2024 жылғы өсімнен кейін осы сигнал қабылдау түрін пайдаланатын көрермендердің үлесі шамамен 12–13% деңгейінде сақталуда.

Сонымен қатар телевизиялық ұсыныстың құрылымдық ерекшеліктерін де ескеру қажет. Эфирлік теледидар құрамында телеарналар саны салыстырмалы түрде аз болса, эфирлік емес теледидар операторлары көрермендерге әлдеқайда кең арналар топтамасын ұсынады.

Қазақстандағы теледидар аудиториясында гендерлік теңгерімсіздік айтарлықтай байқалмайды. Ерлер мен әйелдердің теледидар көрудегі үлесі олардың халық құрамындағы үлесіне шамалас келеді. TgSat% көрсеткіші бойынша теледидар көрудің шамамен 54%-ын әйелдер, ал 46%-ын ерлер құрайды. Бұл теледидардың екі гендерлік топ үшін де бірдей қолжетімді әмбебап медиа платформа ретінде өз маңызын сақтап отырғанын көрсетеді.

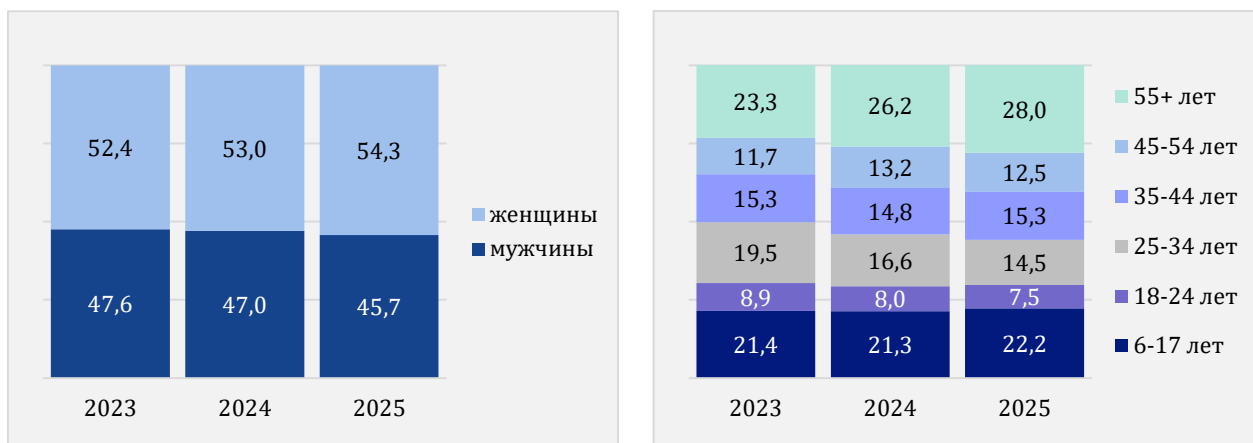
Алайда аудиторияның гендерлік құрылымы тұрақты болғанымен, теледидар көрудің жас ерекшеліктері бойынша құрылымында елеулі өзгерістер байқалады. Теледидар көруге ең үлкен үлесті егде жастағы аудитория қосады. 55 жастан асқан көрермендердің үлесі 2023 жылғы 23,3%-дан 2025 жылы 28%-ға дейін өскен. Бұл аталған жас тобының теледидарға деген жоғары адалдығын көрсетеді.

Сонымен қатар, жас аудиторияның үлесі біртіндеп азайып келеді. Мәселен, 25–34 жас аралығындағы көрермендердің үлесі 2023 жылғы 19,5%-дан 2025 жылы 14,5%-ға дейін төмендесе, 18–24 жас санатында бұл көрсеткіш 8,9%-дан 7,5%-ға дейін қысқарған. Бұл жастардың медиатұтыну дағдыларының өзгеріп жатқанын және олардың бейнеконтентті цифрлық платформалар арқылы жиірек тұтынатынын аңғартады.

35–44 және 45–54 жас аралығындағы көрермендер санатында көрсеткіштер айтарлықтай өзгермеген, салыстырмалы түрде тұрақты деңгейде сақталуда.

Сонымен қатар 6–17 жас аралығындағы балалар мен жасөспірімдердің үлесі де елеулі деңгейде қалып отыр – шамамен 22%. Бұл, белгілі бір дәрежеде, теледидарды отбасы мүшелерінің бірге көру дәстүрімен байланысты.

10-сурет. Теледидар аудиториясының профилі: жынысы мен жас топтары. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіш – TgSat%.

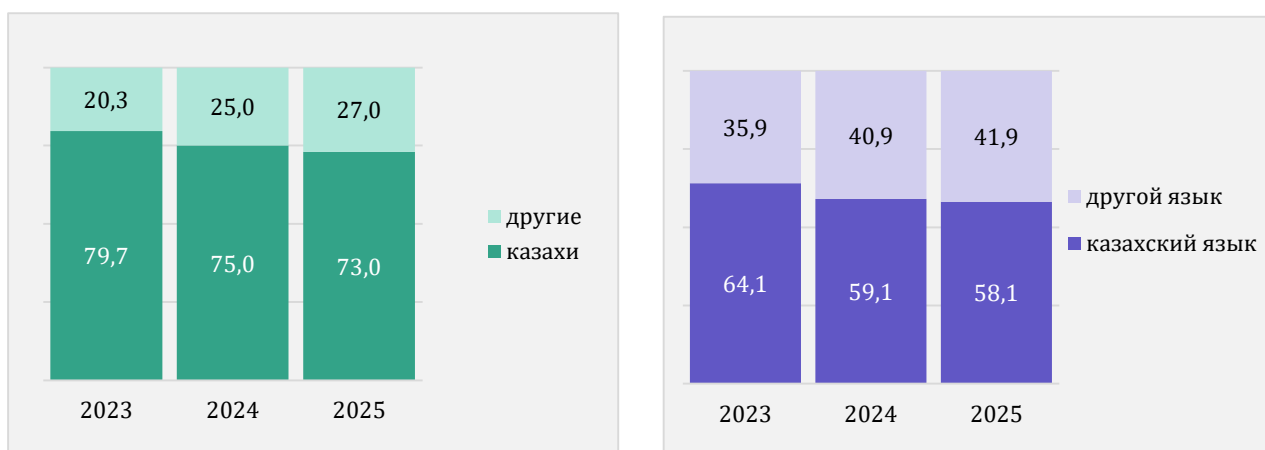


Ұлттық құрамы бойынша телевизиялық аудиторияның негізгі бөлігін қазақ ұлтының өкілдері құрайды. Дегенмен олардың теледидар көрудегі үлесі біртіндеп төмендеп жатыр. Егер 2023 жылы бұл көрсеткіш 79,7% болса, 2025 жылы 73%-ға дейін азайған. Тиісінше, өзге этнос өкілдерінің үлесі артып, 27%-ға жеткен.

Ұқсас үрдіс тілдік құрылымда да байқалады. Қазақ тілінде сөйлейтін аудитория теледидар көруде басымдықты сақтап отырғанымен, олардың үлесі біртіндеп қысқаруда. Атап айтқанда, 2023 жылы қазақтілді аудиторияның үлесі 64,1% болса, 2025 жылы 58,1%-ға дейін төмендеген. Ал басқа тілдерде сөйлейтін көрермендердің үлесі керісінше өсіп, 41,9%-ға жеткен.

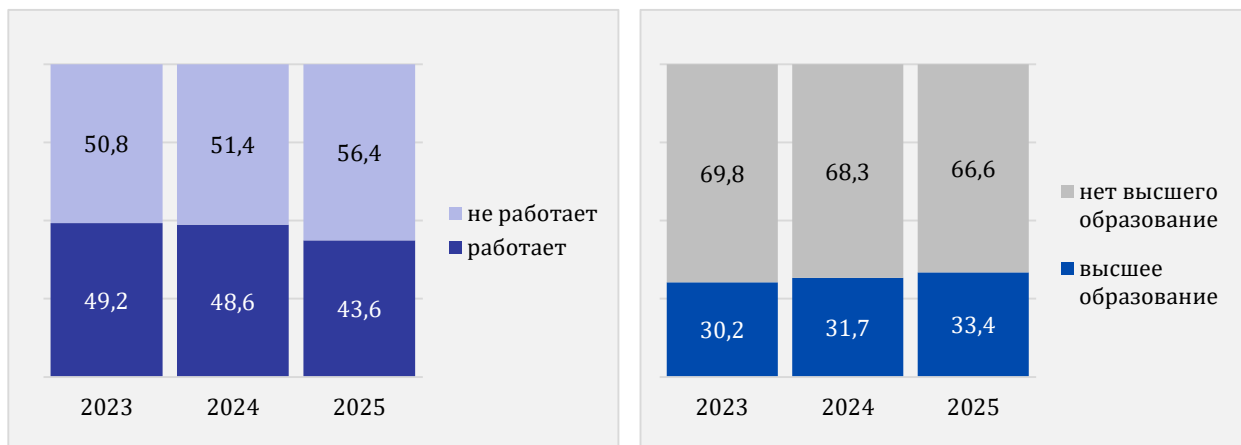
Бұл өзгерістер Қазақстандағы телевизиялық аудиторияның тілдік және этностық құрылымының біртіндеп әртараптанып келе жатқанын көрсетеді.

11-сурет. Теледидар аудиториясының профилі: ұлты және үйдегі қарым-қатынас тілі. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіш – TgSat%



Жұмыспен қамтылу құрылымы бойынша теледидар көрудің шамамен 43,6%-ы жұмыс істейтін көрермендерге тиесілі болса, 56,4%-ы жұмыс істемейтін халық топтарына тиесілі. Бұл санатқа балалар, жасөспірімдер, студенттер, зейнеткерлер, үй шаруасындағы адамдар және уақытша жұмыспен қамтылмаған азаматтар кіреді. Бұл топтардың өмір салтының ерекшеліктері теледидар контентін көбірек тұтынуға ықпал етуі мүмкін.

Білім деңгейі тұрғысынан теледидар көрудің негізгі үлесін әлі де жоғары білімі жоқ көрермендер құрайды, алайда олардың үлесі біртіндеп азайып келеді – 2023 жылғы 69,8%-дан 2025 жылы 66,6%-ға дейін төмендеген. Соған сәйкес, жоғары білімі бар аудиторияның үлесі артып, 33,4%-ға жеткен.



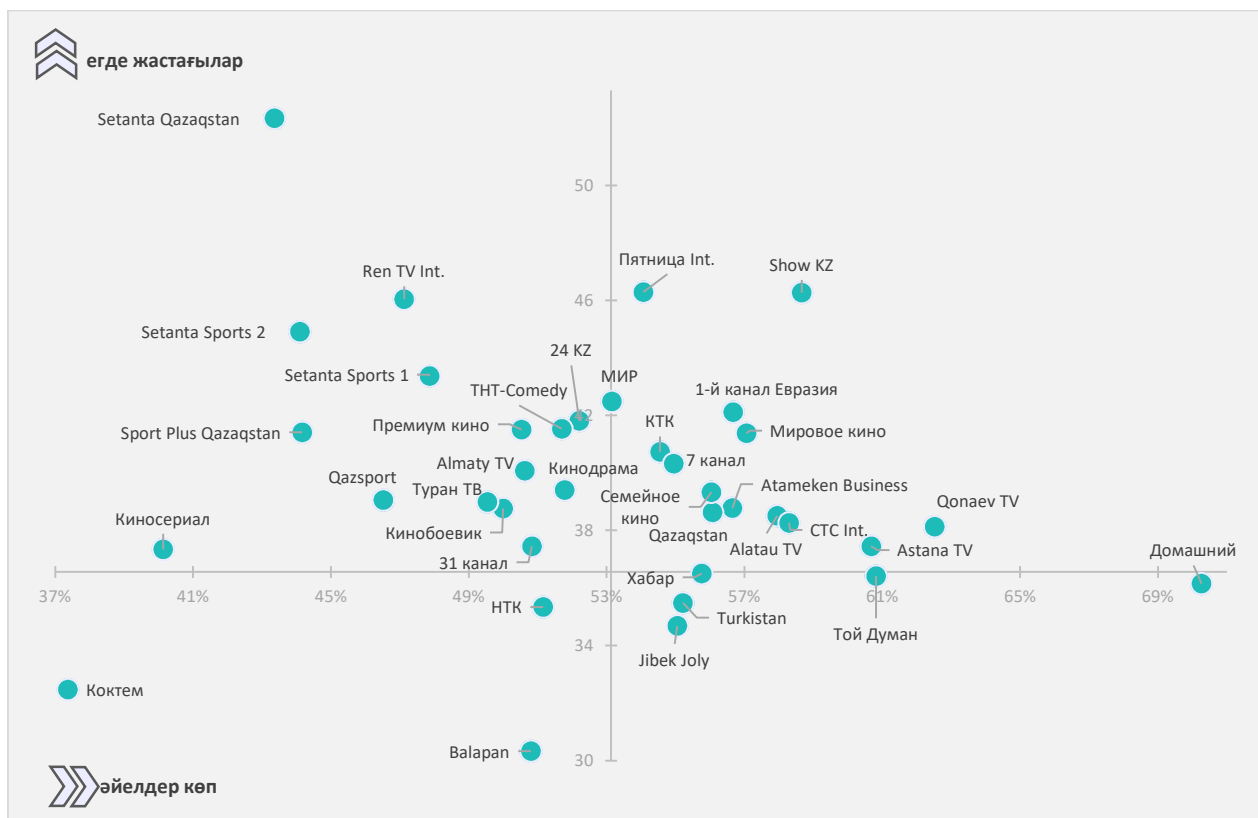
12-сурет. Теледидар аудиториясының құрылымы жұмыспен қамтылу мәртебесі және білім деңгейі бойынша. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index зерттеуі; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6+; көрсеткіш – TgSat% (жалпы теледидар аудиториясындағы үлесі)

Осылайша, Қазақстанның телевизиялық аудиториясы жүйелі қала береді және халықтың барлық негізгі әлеуметтік-демографиялық топтарын қамтуды жалғастыруда. Сонымен бірге оның құрылымы біртіндеп өзгеріп отыр. Егде жастағы топтардың үлесі артып, ал жас аудиторияның үлесі азаюда. Мұндай динамика медиа тұтынудың жаһандық үрдістеріне сәйкес келеді, өйткені жастар бейнеконтентті көбіне цифрлық және интернет-платформалар арқылы тұтынады.

## 2.2.2. Телеарна аудиториясының әлеуметтік-демографиялық профилі

Бұл бөлімде телеарна аудиториясы жынысы мен жасы бойынша, сондай-ақ ұлты мен жасы бойынша қарастырылған. Талдау үшін көпіршік (бабл) диаграммасы қолданылады, онда көрермендер негізгі белгілер бойынша – жынысы/ұлты және жасы бойынша топтастырылады. Мұндай тәсіл әр телеарна аудиториясының басқа арналармен салыстырғандағы ерекшелігін визуалды түрде бағалауға мүмкіндік береді.

Диаграмманы оқу тәртібі келесідей: X осі – жыныс көрсеткіші; шеңбер неғұрлым оң жақта орналасса, сол телеарнаның көрермендері арасында әйелдер үлесі соғұрлым жоғары екенін білдіреді. Y осі бойынша көрермендердің орташа жасы көрсетіледі – төменгі бөлікте жас аудитория, жоғарғы бөлікте егде жастағы аудитория орналасқан.



13-сурет. Телеарналар аудиториясының жыныс-жас құрылымы. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg(000), Universe; 2025 жыл

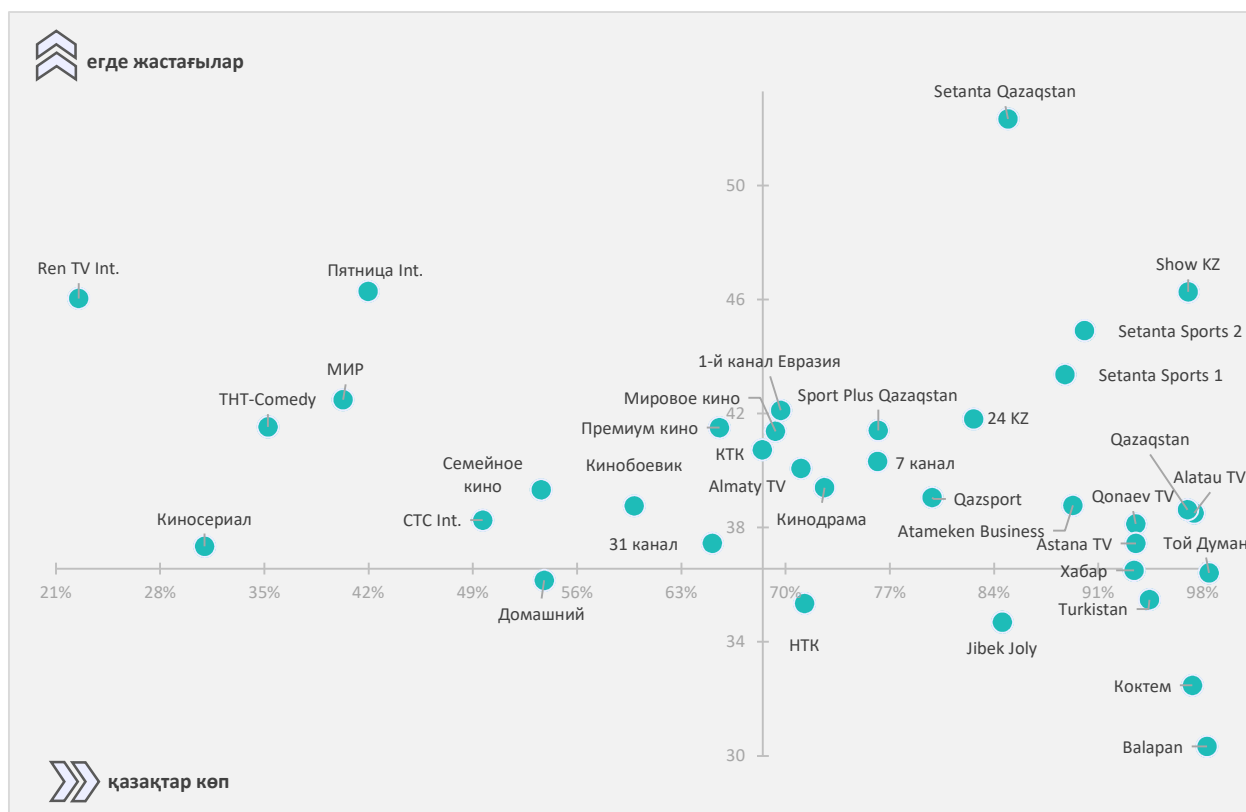
Сол жақ төменгі бөлікте ер адамдардың аудиториясы басым және жасырақ көрермендерге бағытталған телеарналар орналасқан. Оларға Киносериал және Көктем телеарналары жатады. Балаларға арналған Balapan телеарнасы күтілгендей ең жас аудиторияны шоғырландырады (көрерменнің орташа жасы шамамен 30 жас), сонымен қатар жыныстық құрам бойынша салыстырмалы түрде теңгерімді болып қала береді.

Спорттық телеарналар ер аудиторияның айқын басымдығымен және жасырақ емес, керісінше, ересектеу көрермен профилімен ерекшеленеді. Атап айтқанда, Setanta Qazaqstan талдау ішіндегі ең «жасы үлкен» арна болып табылады (аудиторияның орташа жасы – 52 жас), әрі ерлер үлесі айқын басым. Setanta Sports 1 мен Setanta Sports 2, сондай-ақ Sport Plus Qazaqstan және Qazsport арналары ер аудитория басым және орташа жасы нарық көрсеткішінен жоғары болатын спорттық контенттің тұрақты кластерін қалыптастырады.

Диаграмманың орталық бөлігіне қарай жынысы мен жасы бойынша теңгерімді аудиториясы бар, кең аудиторияға бағытталған телеарналар орналасқан. Олардың қатарына МИР, Хабар, КТК, 7 арна, 31 арна және басқа да бірқатар қазақстандық телеарналар кіреді. Бұл арналардың аудиториясы гендерлік тұрғыдан салыстырмалы түрде тең (шамамен 52–57% әйелдер) және орташа жасы 35–42 жас аралығында, бұл олардың жаппай аудиторияға кеңінен танымал екенін көрсетеді.

Диаграмманың оң жақ бөлігінде әйел аудиториясы басым телеарналар шоғырланған. Әйелдер үлесі ең жоғары көрсеткішке Домашний телеарнасы ие – 70%. Сондай-ақ әйел аудиториясы жоғары арналар қатарына Qonaev TV, Astana TV, CTC Int. және Той Думан кіреді. Бұл топқа Мировое кино, Евразия 1-арнасы, Atameken Business және Alatau TV да жатады, олар орташа немесе одан жоғары жас аудитория жағдайында әйелдер үлесінің басымдығымен сипатталады.

Енді аудиторияның жас ерекшеліктерін этностық құраммен байланыстыра қарастырайық. Диаграммадағы Х осі бойынша көрермендер арасында қазақ ұлты өкілдерінің үлесі көрсетілген, ал Y осі бойынша – аудиторияның орташа жасы берілген. Арналардың орналасуы осы параметрлер бойынша айқын сегментацияны көрсетеді.



14-сурет. Телеарналар аудиториясының ұлттық-жас құрылымы. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg(000), Universe; 2025 жыл.

Диаграмманың сол жақ бөлігінде қазақ аудиториясының үлесі ең төмен телеарналар шоғырланған. Оларға Ren TV Int., Пятница Int., Мир және ТНТ-Comedy жатады, мұнда қазақ көрермендерінің үлесі шамамен 23% бен 42% аралығында. Бұл арналар жалпы алғанда жасы үлкен аудиториясымен сипатталады. Ерекше жағдай ретінде Киносериял арнасы қарастырылады. Ол қазақ аудиториясының үлесі салыстырмалы түрде төмен болғанымен, көрермендерінің жасы жас саналады.

Диаграмманың орталық бөлігінде этникалық құрамы аралас және орташа жастағы аудиториясы бар телеарналар орналасқан. Бұл топқа қазақ аудиториясының үлесі мен жас ерекшелігі бойынша айқын басым бағыты жоқ арналар кіреді. Мысалы, КТК, 31 арна, Алматы TV, Кинодрама және т.б.

Диаграмманың оң жақ бөлігінде қазақ ұлты көрермендерінің үлесі жоғары телеарналар шоғырланған. Төменгі оң жақ секторда ең жас қазақ аудиториясы бар арналар орналасқан – Balapan, Көктем, Jibek Joly және Turkistan. Мұнда қазақ көрермендерінің үлесі 90–100%-ға дейін жетеді, ал орташа жас нарық көрсеткішінен төмен.

Осы бөліктің жоғары жас диапазонында қазақ аудиториясы жоғары және көрермендерінің жасы үлкенірек телеканалдар орналасқан. Оларға Qazaqstan, Alatau TV, Qonaev TV, Astana TV, Той Думан, сондай-ақ Хабар арнасы кіреді.

Ерекше түрде Setanta Qazaqstan арнасы диаграмманың жоғарғы оң жақ бөлігінде орналасқан. Оның аудиториясы қазақ көрермендерінің жоғары үлесімен қатар барлық арналар ішіндегі ең жоғары орташа жас көрсеткішімен сипатталады.

Осылайша, гендерлік құрылымдағыдай, телеарналар аудиторияның ұлттық құрамы мен жасы бойынша да айқын сараланған. Жас аудитория көбіне қазақ көрермендерінің үлесі жоғары арналарда шоғырланса, қазақтардың үлесі төмен арналарда жасы үлкен көрермендер басым. Ал әмбебап телеарналар аралық позицияны иеленіп, әртүрлі ұлттық құрамдағы аудиторияны қамтиды.

### 3-тарау. Теледидар мазмұны мен аудитория қызығушылықтарын талдау

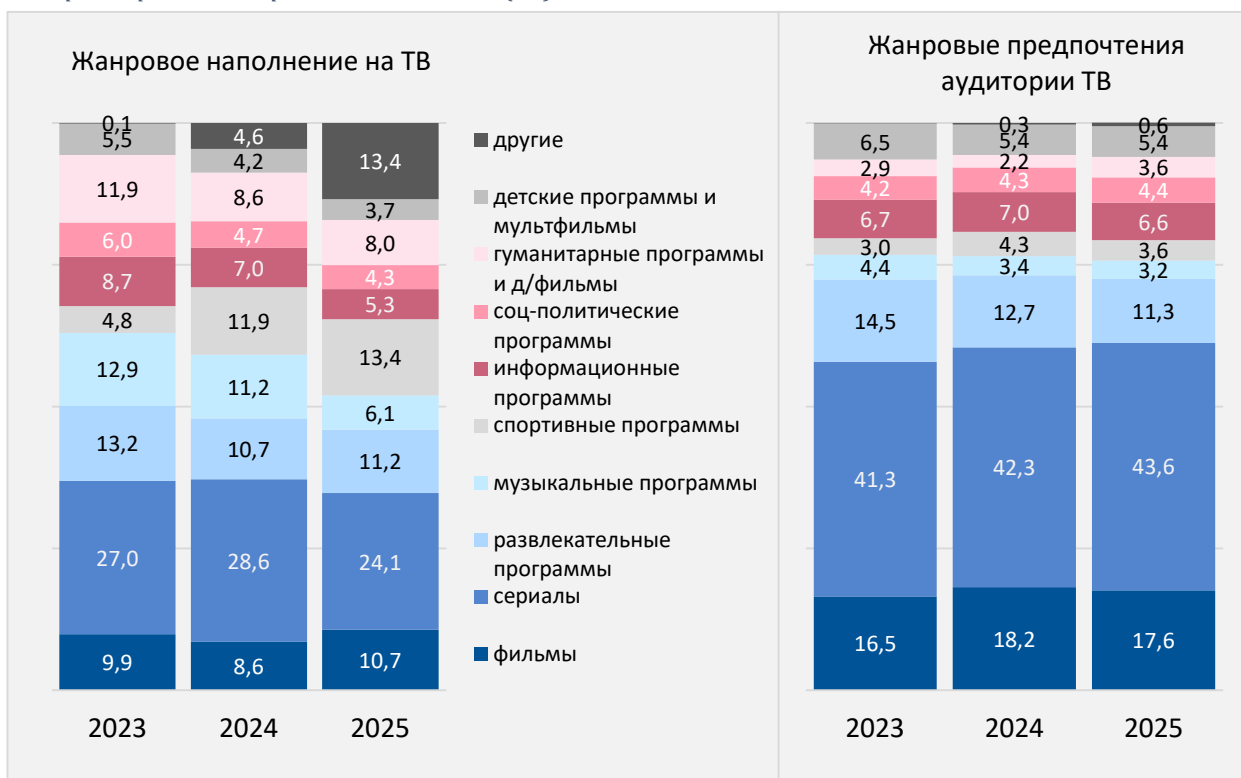
#### 3.1. Теледидар аудиториясының мазмұны мен жанрлық қалау

2023–2025 жылдар аралығында Қазақстанның телевизиялық эфирі аудиторияның кең ауқымды қызығушылықтарын көрсететін әртүрлі жанрлық құрылымды сақтап отыр. Контенттің сан алуандығына қарамастан, эфир уақытының елеулі бөлігін әлі де сериалдар, фильмдер және ойын-сауық бағдарламалары құрайды.

2025 жылы эфир уақытының ең үлкен үлесі сериалдарға (24,1%), спорттық бағдарламаларға (13,4%), ойын-сауық хабарларына (11,2%) және фильмдерге (10,7%) тиесілі болды. Сонымен қатар эфирлік ұсыныс құрылымында гуманитарлық және деректі бағдарламалар, ақпараттық хабарлар, музыкалық контент және балалар бағдарламалары сияқты басқа да жанрлар қамтылған.

Эфирлік контенттің жанрлық құрылымындағы динамика өлшенетін телеарналар құрамының жылдар бойынша өзгеруін ішінара көрсетуі мүмкін екенін ескеру қажет. Жаңа тақырыптық арналардың пайда болуы немесе кейбір арналардың өлшеу жүйесінен шығуы эфирдегі жанрлар үлесінің бөлінуіне әсер етуі ықтимал.

15-сурет. Теледидардағы жанрлық контент және аудиторияның жанрлық талғамы. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Duration%, AvAud(All)%



Сонымен қатар телевизиялық эфирдің жанрлық құрылымы әрдайым аудиторияның нақты қызығушылықтарымен толық сәйкес келе бермейді. Жанрлар бойынша орташа тәуліктік көру уақыты көрермендердің қай форматтарға шынайы түрде көбірек назар аударатынын анықтауға мүмкіндік береді.

2023–2025 жылдар аралығындағы деректерді талдау көрермендер арасында сериалдар, фильмдер, ойын-сауық бағдарламалары және ақпараттық хабарлар ең жоғары сұранысқа ие екенін көрсетеді. Дәл осы жанрлар теледидар көру құрылымының негізін қалыптастырады.

Сериалдар көрермен қызығушылығы бойынша көшбасшылық орнын сенімді түрде сақтап отыр. 2025 жылы олардың үлесіне теледидар көру уақытының 43,6%-ы тиесілі болып, бұл жанрды ең сұранысқа ие контент түріне айналдырады.

Фильмдердің танымалдылығы бойынша екінші орынды иеленеді. 2025 жылы олардың теледидар көру құрылымындағы үлесі 17,6%-ды құрап, аудиторияның кино контентіне деген тұрақты қызығушылығын дәлелдейді.

Ойын-сауық бағдарламалары да телевизиялық эфирдің маңызды бөлігі болып қала береді. Көрермен қызығушылығының біртіндеп төмендеуіне қарамастан, 2025 жылы олардың үлесі 11,3% деңгейінде сақталып, телекөрілім құрылымында елеулі орын алады.

Ақпараттық бағдарламалар да аудиторияның тұрақты қызығушылығын сақтап отыр. 2025 жылы олардың теледидар көру құрылымындағы үлесі 6,6%-ды құрап, теледидардың өзекті ақпарат алу көздерінің бірі ретіндегі рөлін растайды.

Жалпы алғанда, талдау жанрлық ұсыныстың әртүрлілігіне қарамастан, көрермендік талғамның салыстырмалы түрде тұрақты екенін көрсетеді. Теледидар көрудің негізгі бөлігін сериалдар, фильмдер, ойын-сауық және ақпараттық бағдарламалар құрайды.

Көрермен талғамын тереңірек түсіну үшін келесі бөлімде осы жанрлар бойынша ең танымал бағдарламалар қарастырылады. Ұсынылған рейтинг аудитория тарапынан ең жоғары қызығушылық тудыратын нақты жобалар мен форматтарды анықтауға мүмкіндік береді.

### **3.1.1. Сериалдар**

2023–2025 жылдар аралығында Қазақстан аудиториясының телевизиялық сериалдарға қатысты талғамы ресейлік контентке тұрақты қызығушылықты көрсетеді. Әсіресе детектив пен драма жанрларына сұраныс жоғары. Рейтингітік жобалардың басым бөлігі «1-Евразия» телеарнасында көрсетіледі, бұл арна телесериал ұсынысының телевизиялық нарықтағы негізгі бөлігін қалыптастырады.

2023 жылы көшбасшылар қатарында детективтер мен мини-сериалдар сақталады. Бірінші орынды «Первый отдел-2» сериалы (Rtg 4,21%; Shr 32,2%) иеленеді. Танымал жобаның жалғасы көрермендердің таныс кейіпкерлерге және тұрақты телевизиялық брендтерге деген қызығушылығын айқындайды.

Ресейлік сериалдардан бөлек, 2023 жылғы топта украиналық жобалар да бар, атап айтқанда «Клянусь любить тебя вечно» және «Наступит рассвет». Стильдік және тақырыптық тұрғыдан олар ресейлік мини-сериалдарға жақын болып, мелодрамалық сюжеттерге негізделген. 2023 жылғы топ-10-ға енген барлық жобалар «1-Евразия» телеарнасында көрсетілді.

2-кесте. 2023 жылғы ТОП-10 сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                       | Телеарна       | Ел      | Рейтинг,<br>% | Көлемі,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|-----------------------------|----------------|---------|---------------|--------------|--------------|
| 1  | Первый отдел-2              | 1-арна Евразия | Ресей   | 4,21          | 32,2         | 5            |
| 2  | Клянусь любить тебя вечно   | 1-арна Евразия | Украина | 3,55          | 29,1         | 1            |
| 3  | Бывших не бывает            | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,22          | 27,0         | 5            |
| 4  | Наводчица                   | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,19          | 34,3         | 3            |
| 5  | Горячая точка-2             | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,14          | 26,7         | 6            |
| 6  | Первый отдел                | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,11          | 25,6         | 5            |
| 7  | Последняя статья журналиста | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,08          | 25,4         | 4            |
| 8  | Отпуск по ранению           | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,05          | 35,1         | 1            |
| 9  | Условный мент               | 1-арна Евразия | Ресей   | 2,97          | 22,6         | 27           |
| 10 | Наступит рассвет            | 1-арна Евразия | Украина | 2,96          | 21,0         | 2            |

2024 жылы қалыптасқан үрдіс сақталған. Ең танымал сериалдардың барлығы дерлік «1-арна Евразия» эфирінде көрсетілді. Көшбасшылар қатарында «Реализация», «Дельфин», «Адмиралы района» сияқты жобалар және олардың жалғасы бар. Бұл сериалдар қылмыстық драма және детектив жанрларына жатады, олардың сюжеті тергеулерге, қылмысқа қарсы күреске және кейіпкерлердің кәсіби қызметіне негізделген.

Детективтік сериалдар мен драмалық мини-сериалдар аудиторияның негізгі талғамын қалыптастырып, үстемдігін сақтап келеді.

3-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                    | Телеарна       | Ел      | Рейтинг,<br>% | Көлемі,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|--------------------------|----------------|---------|---------------|--------------|--------------|
| 1  | Реализация-2             | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,57          | 26,1         | 6            |
| 2  | Условный мент. Спецсерии | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,30          | 23,9         | 1            |
| 3  | Реализация               | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,29          | 24,7         | 6            |
| 4  | Адмиралы района          | 1-арна Евразия | Ресей   | 3,12          | 24,7         | 4            |
| 5  | Первый отдел-3           | 1-арна Евразия | Ресей   | 2,87          | 27,3         | 6            |
| 6  | Дельфин                  | 1-арна Евразия | Ресей   | 2,80          | 27,9         | 2            |
| 7  | Платье из маргариток     | 1-арна Евразия | Украина | 2,72          | 23,7         | 2            |
| 8  | Дельфин-2                | 1-арна Евразия | Ресей   | 2,67          | 28,6         | 3            |
| 9  | Адмиралы района-2        | 1-арна Евразия | Ресей   | 2,65          | 21,5         | 5            |
| 10 | Сто дней свободы         | 1-арна Евразия | Ресей   | 2,62          | 22,9         | 1            |

2025 жылы аудитория талғамының құрылымы жалпы алғанда тұрақты күйінде сақталады. Көшбасшылар қатарында қайтадан ресейлік және бірлескен жобалар, сондай-ақ драма мен детектив жанрындағы сериалдар басым. Бірінші орынды «Любовь матери» сериалы иеленеді (Rtg 3,13%; Shr 33,1%) – отбасылық және эмоционалдық сюжеттерге негізделген мелодрамалық шығарма.

Жоғары рейтингтерге «Невский» франшизасының жобалары да кіреді. Бұл криминалдық сериалдар құқық қорғау органдарының жұмысы мен күрделі

қылмыстарды ашу үдерісін сипаттайды. Ол көрермендердің осындай контентке деген тұрақты қызығушылығын растайды.

Ресейлік мелодрамалар мен экшн-сериалдардан бөлек, 2025 жылғы ТОП-10 тізімінде «Қол созған үміт» сериалы да бар (қаз.). Жоба – «Qazaqstan» телеарнасында көрсетілген түрік өндірісіндегі драмалық сериал. Оның сюжеті отбасылық қатынастар мен өмірлік қиындықтарды еңсеру тақырыбына арналған.

*4-кесте. 2025 жылғы ТОП-10 сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мың және одан көп қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                          | Телеарна       | Ел             | Рейтинг, % | Көлем, % | Шығу саны |
|----|--------------------------------|----------------|----------------|------------|----------|-----------|
| 1  | Любовь матери                  | 1-арна Евразия | Украина        | 3,13       | 33,1     | 1         |
| 2  | Невский. Проверка на прочность | 1-арна Евразия | Ресей          | 3,12       | 26,3     | 7         |
| 3  | Ветреная женщина               | 1-арна Евразия | Ресей, Украина | 2,78       | 30,7     | 2         |
| 4  | Невский                        | 1-арна Евразия | Ресей          | 2,71       | 22,4     | 9         |
| 5  | Шрам                           | 1-арна Евразия | Ресей          | 2,66       | 23,4     | 1         |
| 6  | Чужой среди своих              | 1-арна Евразия | Ресей          | 2,63       | 23,1     | 4         |
| 7  | Қол созған үміт (каз) рус/тит  | Qazaqstan      | Түркия         | 2,57       | 18,4     | 6         |
| 8  | Старое ружье                   | 1-арна Евразия | Ресей          | 2,44       | 36,9     | 1         |
| 9  | Знахарь                        | 1-арна Евразия | Ресей          | 2,39       | 20,4     | 4         |
| 10 | Ласточкино гнездо              | 1-арна Евразия | Ресей          | 2,37       | 19,1     | 3         |

Осылайша, телесериалдар бойынша аудиторияның негізгі талғамы айтарлықтай тұрақты. Көрермендер тарапынан ең жоғары қызығушылықты бұрынғыдай детектив пен драмалық жобалар тудырады, олардың негізінде тартымды сюжеттер, тергеу мен эмоционалдық тұрғыдан бай оқиғалар жатыр. Сонымен қатар танымал сериалдар құрылымында белгілі бір деңгейде контенттің әртүрлілігі байқалады. Бұл телевизиялық эфирдегі жанрлық және елдік ауқымның кеңеюін көрсетеді.

### 3.1.2. Сериалдар (10 және одан да көп көрсетілім)

Көрермендердің қызығушылығын ұзақ уақыт бойы сақтап келе жатқан көп бөлімді телехикаялар ерекше назар аударуға лайық. Эпизод саны аз шағын телехикаялар жиі көш бастайтын жалпы сериалдардың ТОП-10 тізімінен айырмашылығы, бұл бөлімде эфирге кемінде 10 рет шыққан жобалар қарастырылды. Мұндай тәсіл ұзақ уақыт бойы тұрақты көрермен аудиториясын қалыптастырған телехикаялардың танымалдылығын бағалауға мүмкіндік береді.

2023 жылы танымал көп бөлімді телехикаялар арасында ресейлік және украиналық жобалар басым болды. Ең жоғары көрсеткіштерді «Условный мент», «Условный мент-3» және «Невский. Архитекторға аңшылық» телехикаялары көрсетті. Олар «Бірінші арна Еуразия» телеарнасынан көрсетілді. Сонымен қатар ТОП-10 тізіміне Qazaqstan телеарнасынан көрсетілген түріктің «Бауырлар» телехикаясы енді. Жалпы, көрермендер детектив, қылмыстық және мелодрама жанрындағы телехикаяларға көбірек қызығушылық танытқан.

Таблица 5. ТОП-10 сериалов за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts (10+ выходов)

| №  | Название                         | Телеканал         | Страна  | Рейтинг, % | Доля, % | Кол-во выходов |
|----|----------------------------------|-------------------|---------|------------|---------|----------------|
| 1  | Условный мент                    | 1-й канал Евразия | Россия  | 2,97       | 22,6    | 27             |
| 2  | Условный мент-3                  | 1-й канал Евразия | Россия  | 2,82       | 22,9    | 10             |
| 3  | Невский. Охота на архитектора    | 1-й канал Евразия | Россия  | 2,77       | 23,2    | 16             |
| 4  | Вместе навсегда                  | КТК               | Украина | 2,29       | 19,8    | 18             |
| 5  | Бауырлар (каз) рус/тит           | Qazaqstan         | Турция  | 2,22       | 17,8    | 462            |
| 6  | Улицы разбитых фонарей. Менты 15 | 1-й канал Евразия | Россия  | 2,15       | 21,7    | 10             |
| 7  | Пленница                         | КТК               | Украина | 2,11       | 19,0    | 13             |
| 8  | Улицы разбитых фонарей. Менты-16 | 1-й канал Евразия | Россия  | 1,95       | 19,2    | 10             |
| 9  | Город невест                     | КТК               | Россия  | 1,88       | 18,2    | 12             |
| 10 | Цвет мести                       | КТК               | Украина | 1,83       | 20,1    | 37             |

2024 жылы танымал көп бөлімді телехикаялар арасында да ресейлік жобалар басым болды. Ең жоғары көрсеткіштерді «Условный мент-4», «Лихач» және «Лихач-3» телехикаялары көрсетті. Аталған телехикаялар «Бірінші арна Еуразия» телеарнасынан көрсетілді. Сонымен қатар,ТОП-10 тізіміне Astana TV телеарнасынан көрсетілген түріктің «Осман» телехикаясының төртінші және бесінші маусымдары енді.

6-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 телехикая. K Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жастан жоғары аудитория, Rtg%, Share%, эфирге шығу саны (10 және одан көп).

| №  | Название              | Телеканал         | Страна          | Рейтинг, % | Доля, % | Кол-во выходов |
|----|-----------------------|-------------------|-----------------|------------|---------|----------------|
| 1  | Условный мент-4       | 1-й канал Евразия | Россия          | 2,31       | 22,1    | 22             |
| 2  | Лихач                 | 1-й канал Евразия | Россия          | 2,18       | 20,9    | 10             |
| 3  | Лихач-3               | 1-й канал Евразия | Россия          | 2,17       | 20,9    | 11             |
| 4  | Лихач-2               | 1-й канал Евразия | Россия          | 2,08       | 19,9    | 15             |
| 5  | Знахарь               | 1-й канал Евразия | Россия          | 1,76       | 29,6    | 13             |
| 6  | Осман-4 (каз) рус/тит | Astana TV         | Турция          | 1,76       | 18,7    | 202            |
| 7  | Маруся                | КТК               | Россия, Украина | 1,74       | 17,9    | 106            |
| 8  | Крепкие орешки-3      | 1-й канал Евразия | Россия          | 1,70       | 17,9    | 10             |
| 9  | Мажор 4               | НТК               | Россия          | 1,66       | 12,1    | 12             |
| 10 | Осман-5 (каз) рус/тит | Astana TV         | Турция          | 1,62       | 20,7    | 208            |

2025 жылы ТОП-10 тізімінің құрылымы айтарлықтай өзгерді. Алдыңғы жылдары тізімде ресейлік және украиналық жобалар басым болса, 2025 жылы үздік ондықтың жартысын түрік телехикаялары иеленді. Ең танымал телехикаялардың қатарында «Бесценное время», «Тағдыр жазуы», «Стамбульская невеста», «Черная любовь» және «Великолепный век. Кесем» болды. Бұл телехикаялар 7 арна мен

Qazaqstan телеарналарынан көрсетілді. Сонымен қатар, көшбасшылық орнын КТК телеарнасынан көрсетілген ресейлік «Шеф» телехикаясы сақтап қалды.

7-кесте. 2025 жылғы ТОП-10 телехикая. K Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жастан жоғары аудитория, Rtg%, Share%, эфирге шығу саны (10 және одан көп).

| №  | Название                   | Телеканал | Страна | Рейтинг, % | Доля, % | Кол-во выходов |
|----|----------------------------|-----------|--------|------------|---------|----------------|
| 1  | Шеф. Мужская работа        | КТК       | Россия | 2,48       | 25,7    | 16             |
| 2  | Бесценное время            | 7 канал   | Турция | 2,38       | 18,6    | 285            |
| 3  | Шеф. Игра на повышение     | КТК       | Россия | 2,23       | 24,0    | 15             |
| 4  | Шеф. Возвращение           | КТК       | Россия | 2,14       | 23,7    | 12             |
| 5  | Шеф. Призраки прошлого     | КТК       | Россия | 2,04       | 25,0    | 11             |
| 6  | Тағдыр жазуы (каз) рус/тит | Qazaqstan | Турция | 2,04       | 19,2    | 138            |
| 7  | Стамбульская невеста       | 7 канал   | Турция | 2,02       | 19,9    | 231            |
| 8  | Шеф. Новая жизнь           | КТК       | Россия | 1,91       | 18,8    | 21             |
| 9  | Черная любовь              | 7 канал   | Турция | 1,66       | 14,9    | 113            |
| 10 | Великолепный век. Кесем    | 7 канал   | Турция | 1,60       | 17,6    | 213            |

Танымал көп бөлімді телехикаяларға жүргізілген талдау 2023–2025 жылдар аралығында көрермендер арасында шетелдік жобалардың сұранысы жоғары болғанын көрсетті. Сонымен қатар 2023–2024 жылдары ТОП-10 тізімінде ресейлік және украиналық телехикаялар басым болса, 2025 жылы түрік контентінің үлесі айтарлықтай артты. ТОП-10 тізіміндегі түрік телехикаяларының саны 2023 жылғы бір жобадан 2025 жылы бес жобаға дейін өсті.

### 3.1.3. Қазақстандық сериалдар

Қазақстандық сериалдар елдің мәдени кеңістігінің ажырамас бөлігіне айналып, көрермендердің ең өзекті сұраныстарын бейнелеп келеді. Әр жыл жаңа сюжеттермен, жаңа кейіпкерлермен және жанрлық батыл эксперименттермен ерекшеленеді. Ал сериалдардың өзі қоғамның айнасы ретінде оның мәселелерін, құндылықтарын көрсетеді. Қазақстандық телеарналар аудитория назарын өзара бәсекелестік жағдайында тарта отырып, әртүрлі әлеуметтік топтарға – жастардан бастап егде буынға дейін әсер ететін жобалар ұсынады.

2023–2025 жылдар аралығындағы үздік жобаларды талдау көрермен талғамының қалай өзгеретінін, қандай тақырыптардың алға шығатынын және қандай жанрлардың ең сұранысқа ие екенін байқауға мүмкіндік береді.

2023 жылы алдыңғы қатарға отбасылық мелодрамалар мен комедиялар шығады: «Сезім толқыны» (қаз), «Құдаша қыз» (қаз), «Келінжан» (қаз), «Күйеу бала» (қаз). Бұл сериалдар отбасылық қатынас, махаббат, адалдық, түрлі сынақтар мен ауыл өмірі туралы баяндайды. Дәстүр, үлкенге құрмет және отбасындағы үйлесімділікті іздеу тақырыптары негізгі өзек болып, аудитория тарапынан кең қолдау табады.

Сонымен қатар криминалдық драмаларға деген қызығушылық та сақталады – «Meow» (қаз/орыс), «Пауза: Сакура-жас өркен» (қаз). Бұл жобаларда қылмыс тақырыптары ғана емес, сонымен қатар кейіпкерлердің жеке драмалары, ішкі қайшылықтары мен отбасылық байланыстары да көрсетіледі.

Оқшау түрде медициналық драма «Жанталас» (қаз) ерекшеленеді, ол кәсіби қызмет пен жеке өмірдің тығыз байланысын бейнелейтін сюжеттердің сұраныста екенін көрсетеді.

Сондай-ақ бұрын көрсетілген сериалдардың жалғасы да танымал жобалар қатарында: «Ақжауын» (қаз), «Келінжан» (қаз). Бұл аудиторияның бұрыннан таныс кейіпкерлер мен сюжет желілеріне деген жоғары қызығушылығын көрсетеді.

Қазақстандық сериалдарға деген негізгі сұранысты қалыптастыратын телеарналар – Qazaqstan, Хабар және НТК.

8-кесте. 2023 жылғы ТОП-10 қазақстандық сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                                 | Телеарна  | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|---------------------------------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Сезім толқны (каз) рус/тит            | Qazaqstan | 1,44       | 14,0      | 61        |
| 2  | Meow (каз/рус)                        | НТК       | 1,20       | 8,0       | 30        |
| 3  | Құдаша қыз (каз) рус/тит              | Qazaqstan | 0,97       | 9,9       | 90        |
| 4  | Жанталас (каз) рус/тит                | Qazaqstan | 0,94       | 10,3      | 60        |
| 5  | Наурыз айы келгенде (каз) рус/тит     | Qazaqstan | 0,93       | 7,4       | 3         |
| 6  | Келінжан-5 (каз) рус/тит              | Хабар     | 0,89       | 9,8       | 57        |
| 7  | Ақжауын-2 (каз) рус/тит               | Qazaqstan | 0,89       | 9,6       | 72        |
| 8  | Келінжан-3 (каз) рус/тит              | Хабар     | 0,85       | 7,3       | 10        |
| 9  | Пауза: Сакура-жас өркен (каз) рус/тит | Хабар     | 0,84       | 6,6       | 15        |
| 10 | Күйеу бала (каз)                      | Qazaqstan | 0,82       | 10,7      | 35        |

2024 жылы тақырыптық бағыттардың белгілі бір өзгерісі байқалады. Көшбасшылар қатарында «Ауыл мұғалімі» (қаз) сериалы бар, ол білім беру, өңірлердегі өмір және әлеуметтік бейімделу мәселелерін қозғайды. Жоба аудиторияның жастар тақырыбына, өңірлердің дамуына және қазіргі қоғамдағы білім берудің рөліне деген қызығушылығын көрсетеді.

Маңызды орынды отбасылық және тұрмыстық драмалар иеленеді – «Қызғалдақ» (қаз), «Иірім» (қаз), «Жат бауыр» (қаз). Бұл сериалдарда ұрпақтар арасындағы күрделі қарым-қатынас, отбасы ішіндегі қақтығыстар, сенім, сатқындық пен кешірім мәселелері терең ашылады.

Сонымен қатар заманауи әлеуметтік мәселелерге деген қызығушылық та арта түсуде. «Мошенники» және «ЖБ» (қаз/орыс) сериалдары қаржылық алаяқтық, цифрлық тәуекелдер және қоғам алдында тұрған жаңа қауіптер тақырыптарын көтереді.

Соған қарамастан жеңіл ойын-сауық контентіне деген сұраныс та сақталған. Мысалы, отбасылық комедиялар дәстүрін жалғастыратын «Құдаша қыз» (қаз) сериалы.

Негізгі платформалар ретінде Qazaqstan және НТК телеарналары сақталып отыр, ал 2024 жылы оларға қосымша Astana TV арнасы да қосылады.

9-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 қазақстандық сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                         | Телеарна  | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|-------------------------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Ауыл муғалімі (каз)           | Qazaqstan | 1,56       | 10,2      | 1         |
| 2  | Қызғалдақ (каз) рус/тит       | Qazaqstan | 1,55       | 14,2      | 2         |
| 3  | Екі жүз (каз) рус/тит         | Qazaqstan | 1,33       | 12,1      | 2         |
| 4  | Иірім (каз)                   | Qazaqstan | 1,15       | 9,2       | 2         |
| 5  | Жат бауыр-2 (каз) рус/тит     | Qazaqstan | 0,93       | 9,5       | 127       |
| 6  | Саке (каз/рус)                | Astana TV | 0,74       | 7,9       | 17        |
| 7  | Ауыл муғалімі-2 (каз) рус/тит | Qazaqstan | 0,72       | 9,1       | 129       |
| 8  | Құдаша қыз (каз) рус/тит      | Qazaqstan | 0,71       | 8,2       | 64        |
| 9  | Мошенники                     | НТК       | 0,65       | 6,1       | 12        |
| 10 | ЖБ (каз/рус)                  | НТК       | 0,64       | 5,6       | 17        |

2025 жылы қазақстандық сериалдар құрылымы жанрлық және тақырыптық тұрғыдан одан әрі әртараптана түсті.

Рейтинг көшбасшысы ретінде «Аллигатор» сериалы танылды. Бұл – Ұлы Отан соғысы кезеңіндегі нақты оқиғаларға негізделген тарихи-әскери драма. Сюжет 1943 жылғы Алматы қаласында өрбіп, тылдағы диверсанттар мен қылмыстық топтарға қарсы күресті сипаттайды. Шығарма тарихи баяндау, детектив және әскери драма элементтерін біріктіреді.

Топ-10-ның елеулі бөлігін негізінен Qazaqstan телеарнасында көрсетілетін қазақ тіліндегі жобалар құрайды. Олардың қатарында отбасылық және әлеуметтік драмалар – «Бір үйдің балалары» (каз), «Ыстық ұя» (каз), «Ақжауын-2» (каз) бар. Сериалдарда отбасы, қарым-қатынас, өмірлік таңдау және дәстүрлі құндылықтар тақырыптары қозғалады.

Сонымен қатар тарихи және мәдени мұраға негізделген «Естай мен Қорлан» (каз) сериалы да топ-10 қатарына енген. Бұл жоба қазақ музыкалық мәдениеті мен дәстүрлеріне байланысты оқиғаны баяндайды.

Сондай-ақ танымал жобалар қатарында:

- жеңіл әрі ирониялық сипаттағы отбасылық комедия «Жаңа жыл» (каз);
- әділет, жеке жарақат және моральдық таңдау мәселелерін көтеретін криминалдық-драмалық «Молчание»;
- полиция қызметкерлерінің күнделікті өмірін көрсететін комедия мен драманы ұштастырған танымал сериалдың 7-маусымы «Патруль» бар.

2025 жылы танымал жобалар қатарында тарихи, отбасылық, криминалдық және комедиялық сериалдардың қатар көрінуі отандық телевизияның тақырыптық және жанрлық ауқымының кеңейгенін көрсетеді.

10-кесте. 2025 жылғы ТОП-10 қазақстандық сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts.

| №  | Атауы                            | Телеарна       | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|----------------------------------|----------------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Аллигатор                        | 1-арна Евразия | 1,30       | 14,2      | 8         |
| 2  | Жаңа жыл (каз)                   | Qazaqstan      | 1,16       | 8,7       | 1         |
| 3  | Патруль-7                        | НТК            | 1,00       | 8,5       | 14        |
| 4  | Молчание                         | КТК            | 0,80       | 7,1       | 7         |
| 5  | Касым                            | 1-арна Евразия | 0,77       | 17,3      | 3         |
| 6  | Бір үйдің балалары (каз) рус/тит | Qazaqstan      | 0,70       | 7,4       | 69        |
| 7  | Ыстық ұя (каз) рус/тит           | Qazaqstan      | 0,65       | 7,7       | 57        |
| 8  | Ақжауын-2 (каз) рус/тит          | Qazaqstan      | 0,61       | 6,6       | 30        |
| 9  | Сүйгенің қайда (каз) рус/тит     | КТК            | 0,52       | 5,0       | 10        |
| 10 | Естай мен Қорлан (каз) рус/тит   | Qazaqstan      | 0,49       | 5,2       | 4         |

Осылайша, қазақстандық көрермендер әлеуметтік драма, отбасылық құндылықтар, ұлттық дәстүрлер және қазіргі заманның өзекті мәселелерін ұштастыратын сериалдарға басымдық береді. Ауыл өмірі, отбасылық қатынастар, дәстүрлер және ұрпақтар арасындағы қайшылықтар туралы жобалар тұрақты түрде жоғары сұранысқа ие.

Қылмыстық драмалар мен әлеуметтік сын-қатерлерге, сондай-ақ қазіргі заманғы қауіптерге қатысты сюжеттерге деген жоғары қызығушылық та сақталып отыр. Сонымен қатар көрермендер бұрыннан таныс оқиғалардың жалғасын қызығушылықпен бақылайды, сондықтан танымал сериалдардың жалғасы тұрақты түрде ең рейтингті жобалар қатарына кіреді.

Дәстүрлі жанрлармен қатар танымал сериалдар құрылымында тарихи және комедиялық жобалар да жиілеп көрініс табуда. Бұл отандық контенттің жанрлық әртүрлілігінің біртіндеп кеңейіп келе жатқанын көрсетеді. Негізгі алаңдар ретінде Qazaqstan, КТК, Хабар, НТК, Astana TV және 1-арнаЕвразия телеарналары сақталып отыр, олар негізгі үрдістерді қалыптастырып, аудиторияны ең көп қамтиды.

### 3.1.4. Фильмдер

2023–2025 жылдар аралығында Қазақстан телеарналарындағы үздік фильмдер рейтингтері кеңестік классика, ресейлік және батыстық хиттердің тұрақты үйлесімін көрсетеді. Көрермен талғамында кеңестік киноға деген ностальгиямен қатар, заманауи шетелдік жобаларға және ресейлік фильмдерге деген қызығушылық та айқын байқалады.

2023 жылы ТОП-10 тізімінде ресейлік және америкалық картиналармен қатар бір кеңестік фильм де бар. Рейтинг көшбасшыларының қатарында ресейлік драмалық «Сын» фильмі, шытырманға толы фэнтези «Джуманджи. Новый уровень» және жаңа жылдық комедия «Үйде жалғыз қалғанда» (каз) болды. Заманауи жобалармен қатар танымал фильмдер ішінде кеңестік классика да сақталған. Атап айтқанда «Джентльмены удачи». Бұл көрермендердің таныс әрі уақыт сынынан өткен сюжеттерге деген тұрақты қызығушылығын көрсетеді.

11-кесте. 2023 жылғы ТОП-10 фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                                | Телеарна       | Ел    | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|--------------------------------------|----------------|-------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Сын                                  | 1-арна Евразия | Ресей | 2,81       | 25,4      | 1         |
| 2  | Джуманджи. Новый уровень             | НТК            | АҚШ   | 2,81       | 18,0      | 2         |
| 3  | Үйде жалғыз қалғанда (каз)           | Qazaqstan      | АҚШ   | 2,69       | 17,6      | 2         |
| 4  | Джентльмены удачи                    | 1-арна Евразия | КСРО  | 2,69       | 24,0      | 2         |
| 5  | Ирония судьбы. Продолжение           | 1-арна Евразия | Ресей | 2,67       | 15,2      | 3         |
| 6  | Васильки для Василисы                | 1-арна Евразия | Ресей | 2,64       | 20,0      | 1         |
| 7  | Жги!                                 | 1-арна Евразия | Ресей | 2,55       | 22,1      | 1         |
| 8  | Тариф Новогодний                     | 1-арна Евразия | Ресей | 2,53       | 16,4      | 1         |
| 9  | Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке | 31 арна        | АҚШ   | 2,47       | 21,2      | 4         |
| 10 | Выстрел в пустоту                    | НТК            | АҚШ   | 2,37       | 16,5      | 1         |

2024 жылы көшбасшылық орындарды негізінен шетелдік және ресейлік фильмдер иеленеді. Ең танымал фильм ретінде НТК телеарнасында көрсетілген америкалық «Пуленепробиваемый» фильмі танылды, одан кейін ресейлік драмалар «Снежный ангел» және «Бессмертные» орналасқан.

ТОП тізімінде сондай-ақ шетелдік жобалар кеңінен ұсынылған. Оның қатарында боевиктер, шытырман оқиғалар және фантастикалық фильмдер бар. Бұл аудиторияның динамикалық әрі көрнекі контентке деген қызығушылығының жоғары екенін көрсетеді.

12-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                                | Телеарна       | Ел                     | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|--------------------------------------|----------------|------------------------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Пуленепробиваемый                    | НТК            | АҚШ                    | 3,13       | 20,7      | 1         |
| 2  | Снежный ангел                        | 1-арна Евразия | Ресей                  | 2,97       | 22,6      | 1         |
| 3  | Бессмертные                          | 1-арна Евразия | Ресей                  | 2,48       | 25,3      | 1         |
| 4  | Клык                                 | НТК            | АҚШ                    | 2,42       | 17,1      | 3         |
| 5  | Жги!                                 | 1-арна Евразия | Ресей                  | 2,33       | 18,0      | 1         |
| 6  | Великая стена                        | НТК            | Қытай, АҚШ             | 2,26       | 17,1      | 4         |
| 7  | Мегалодон                            | НТК            | Доминикан Республикасы | 2,24       | 18,7      | 2         |
| 8  | Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке | 31 арна        | АҚШ                    | 2,23       | 19,5      | 5         |
| 9  | Джек Ричер-2. Никогда не возвращаясь | НТК            | АҚШ                    | 2,20       | 15,7      | 3         |
| 10 | Властелин колец. Возвращение короля  | НТК            | АҚШ, Жаңа Зеландия     | 2,17       | 18,5      | 2         |

2025 жылы фильмдерге деген көрермен талғамының құрылымы жалпы алғанда сақталады. Көшбасшылар қатарында қайтадан шетелдік және ресейлік фильмдер ұсынылған. Бірінші орынды отбасылық комедия «Один дома 2: Потерявшийся в Нью-

Йорке» иеленеді. Ол қатарынан 3 жыл бойы ТОП-10 фильмдер тізіміне енген. Сондай-ақ рейтингте осы фильмнің бірінші бөлігі – «Один дома» да бар, бұл көрермендердің таныс, әсіресе жаңа жылдық және отбасылық сюжеттерге деген тұрақты қызығушылығын көрсетеді.

Рейтингтің елеулі бөлігін ресейлік фильмдер құрайды – «Цена измены», «Сезон посадок», «Забери меня к себе», «Новогодний переполох». Олар дәстүрлі түрде 1-арна Евразия эфирінде көрсетіледі. ТОП-та сондай-ақ шетелдік фильм «Переводчик» және кеңестік классика «Операция Ы және Шуриктің басқа да оқиғалары» да орын алған. Бұл әртүрлі дәуірдегі фильмдерге деген көрермен қызығушылығының тұрақты екенін көрсетеді.

*23-кесте. 2025 жылғы ТОП-10 фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                                    | Телеарна       | Ел                          | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|------------------------------------------|----------------|-----------------------------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Один дома 2. Потерявшийся в Нью-Йорке    | 31 арна        | АҚШ                         | 3,53       | 22,6      | 3         |
| 2  | Цена измены                              | 1-арна Евразия | Ресей                       | 3,44       | 26,3      | 1         |
| 3  | Сезон посадок                            | 1-арна Евразия | Ресей                       | 3,00       | 23,8      | 1         |
| 4  | Забери меня к себе                       | 1-арна Евразия | Ресей                       | 2,95       | 22,6      | 1         |
| 5  | Один дома                                | 31 арна        | АҚШ                         | 2,58       | 18,1      | 3         |
| 6  | Переводчик                               | НТК            | Ұлыбритания<br>Испания, АҚШ | 2,36       | 18,2      | 2         |
| 7  | Новогодний переполох                     | 1-арна Евразия | Ресей                       | 2,35       | 15,7      | 1         |
| 8  | Барс и Лялька                            | 1-арна Евразия | Ресей                       | 2,26       | 21,0      | 1         |
| 9  | О чем молчат девушки                     | 1-арна Евразия | Ресей                       | 2,15       | 16,8      | 1         |
| 10 | Операция Ы" и другие приключения Шурика" | 1-арна Евразия | КСРО                        | 2,04       | 13,8      | 1         |

Қазақстандық көрермендер жалпы алғанда америкалық хиттер, ресейлік фильмдер және кеңестік классика үйлесіміне басымдық береді. Америкалық фильмдер көбінесе НТК және 31 арна эфирінде жиі көрсетілсе, ресейлік контент дәстүрлі түрде 1-арна Евразия арнасында мықты позицияға ие.

### 3.1.5. Ойын-сауық бағдарламалары

Жыл сайын Қазақстан телевидениесі көрермендерге кең ауқымды ойын-сауық бағдарламаларын ұсынады. Оның ішінде ірі шоу форматтарынан бастап отбасылық және әзіл-сықақ жобаларға дейін бар. Бұл бағдарламалар телевизиялық күн тәртібін қалыптастырып, аудиторияның талғамы, қызығушылықтары мен мәдени ерекшеліктерін көрсетеді. Сондықтан көрермендер тарапынан ең жоғары қызығушылық тудыратын жобаларды және олардың талғам құрылымының уақыт өте қалай өзгеретінін бақылау маңызды.

2023 жылы бірінші орында 1-арна Евразия эфиріндегі танымал ресейлік шоу «Поле чудес» орналасқан, оның рейтингі 3,07% құрады. Сонымен қатар 2-ден 9-орынға дейінгі аралықта қазақстандық бағдарламалар басымдыққа ие.

Екінші орынды «Қызық премия» (қаз) шоуы (Хабар телеарнасы) иеленсе, үшінші орында 1-арна Евразия арнасындағы «QosLike» (қаз) бағдарламасы тұр. Ол эфирге шығу жиілігі бойынша ең жоғары көрсеткішке ие (289 шығарылым).

Жалпы алғанда, 2023 жылы ТОП-10 тізімінде қазақстандық контент 7 орынды иеленіп, оның аудитория арасында жоғары сұранысқа ие екенін көрсетеді.

14-кесте. 2023 жылғы ТОП-10 ойын-сауық бағдарламалары. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts.

| №  | Атауы                                        | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|----------------------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Поле чудес                                   | 1-арна Евразия | Ресей     | 3,07       | 22,6      | 53        |
| 2  | Қызық премия (каз)                           | Хабар          | Казахстан | 2,58       | 12,4      | 1         |
| 3  | QosLike (каз)                                | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,69       | 28,5      | 289       |
| 4  | Жана жылдың басты Хабары (каз/рус)           | Хабар          | Казахстан | 1,19       | 5,0       | 2         |
| 5  | Астарлы ақиқат. Ток-шоу (каз) рус/тит        | КТК            | Казахстан | 1,18       | 15,2      | 382       |
| 6  | Тұрсынбек Қабатов. Концерт (каз)             | Jibek Joly     | Казахстан | 1,10       | 8,4       | 2         |
| 7  | Юморина 2019                                 | КТК            | Ресей     | 1,03       | 18,3      | 2         |
| 8  | Dastarhan (каз/тит)                          | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,03       | 12,1      | 1         |
| 9  | Тұрсынбек Қабатов. 10-шы жеке концерті (каз) | Jibek Joly     | Казахстан | 1,02       | 4,7       | 1         |
| 10 | Юморина 2020                                 | КТК            | Ресей     | 1,01       | 15,0      | 32        |

2024 жылы негізгі үрдістер жалпы алғанда сақталады. «Поле чудес» қайтадан бірінші орынды иеленеді, ал қазақстандық бағдарламалар топтың елеулі бөлігін бұрынғыдай ұстап отыр. Әсіресе әзіл-сықақ концерттер мен отбасылық жобалар есебінен.

Сонымен қатар 2023 жылмен салыстырғанда рейтингтің жоғарғы бөлігінде ресейлік контенттің үлесі біршама артқаны байқалады. Бұл аудитория қызығушылығының жергілікті және шетелдік форматтар арасында неғұрлым теңгерімді түрде бөлінетінін көрсетеді.

15-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 ойын-сауық бағдарламалары. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| № | Атауы                                      | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|---|--------------------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1 | Поле чудес                                 | 1-арна Евразия | Ресей     | 2,66       | 19,8      | 52        |
| 2 | Өнер қырандары. Отбасылық концерт (каз)    | 31 арна        | Казахстан | 1,96       | 10,3      | 1         |
| 3 | Уральские пельмени. Заливной огонек        | НТК            | Ресей     | 1,88       | 7,6       | 2         |
| 4 | Шаншар 30 жыл (каз)                        | Astana TV      | Казахстан | 1,84       | 11,1      | 1         |
| 5 | Тұрсынбек Қабатов. Сахнада 20 жыл (каз)    | 7 арна         | Казахстан | 1,72       | 10,2      | 1         |
| 6 | Уральские пельмени. Дело пахнет мандарином | НТК            | Ресей     | 1,57       | 7,7       | 1         |
| 7 | Большая разница                            | 1-арна Евразия | Ресей     | 1,53       | 11,3      | 3         |
| 8 | QosLike (каз)                              | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,47       | 27,4      | 219       |

| №  | Атауы             | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|-------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 9  | Точь-в-точь       | 1-арна Евразия | Ресей     | 1,44       | 15,3      | 12        |
| 10 | Астана түні (каз) | Astana TV      | Казахстан | 1,35       | 6,5       | 2         |

2025 жылы көрермен талғамының құрылымы шетелдік контентке қарай ойысқан. Көшбасшы орынды қайтадан «Поле чудес» иеленеді. Ал рейтингтің елеулі бөлігін ресейлік өндіріс жобалары құрайды. Олардың қатарында «Точь-в-точь», «Голосащий КИВИН», «Лучше всех», сондай-ақ әзіл-сықақ шоуы «Уральские пельмени» бар.

Қазақстандық бағдарламалар рейтингте әлі де бар: «Қызық премия» (каз), «QosLike» (каз), сондай-ақ 7 арнаның жобалары – «Кухня великолепного века» және «Кинокухня. Великолепный век». Алайда олардың топтағы үлесі алдыңғы жылдармен салыстырғанда біршама төмендегені байқалады.

*16-кесте. 2025 жылғы ТОП-10 ойын-сауық бағдарламалары. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                                      | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|--------------------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Поле чудес                                 | 1-арна Евразия | Ресей     | 2,40       | 19,8      | 50        |
| 2  | Точь-в-точь                                | 1-арна Евразия | Ресей     | 2,00       | 18,0      | 3         |
| 3  | Голосащий КИВИН-24                         | 1-арна Евразия | Ресей     | 1,89       | 13,0      | 3         |
| 4  | Кухня великолепного века                   | 7 арна         | Казахстан | 1,83       | 15,9      | 9         |
| 5  | Кинокухня. Великолепный век                | 7 арна         | Казахстан | 1,77       | 15,3      | 12        |
| 6  | Лучше всех                                 | 1-арна Евразия | Ресей     | 1,68       | 12,3      | 3         |
| 7  | Уральские пельмени. Дело пахнет мандарином | НТК            | Ресей     | 1,62       | 8,4       | 1         |
| 8  | Уральские пельмени. Азбука                 | НТК            | Ресей     | 1,45       | 13,1      | 4         |
| 9  | Қызық премия (каз)                         | Хабар          | Казахстан | 1,32       | 9,4       | 3         |
| 10 | QosLike (каз)                              | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,08       | 23,6      | 254       |

Осылайша, 2023–2025 жылдар аралығындағы талдау қазақстандық көрермендер арасында ресейлік те, жергілікті ойын-сауық контенті де тұрақты сұранысқа ие екенін көрсетеді. Сонымен қатар тұрақты танымалдықты көрсететін бірқатар бағдарламалар мен форматтарды бөліп көрсетуге болады:

- 1-арна Евразия эфиріндегі «Поле чудес» шоуы барлық жылдар бойы сөзсіз көшбасшы болып қала береді;
- «QosLike» (каз) бағдарламасы эфирге шығу жиілігінің көптігі және рейтингтерде тұрақты орын алуымен ерекшеленеді;
- әзіл-сықақ бағдарламалар мен концерттік форматтар жоғары сұранысқа ие күйінде сақталады;
- мерекелік және жаңа жылдық ойын-сауық жобалары телекөрілім құрылымында маңызды орын алады.

### 3.1.6. Ақпараттық бағдарламалар

Жаңалықтар Қазақстан телеарналарында ең сұранысқа ие және тұрақты жанрлардың бірі болып қала береді. Күнделікті жаңалықтар эфирі күн тәртібін қалыптастырып, ел ішіндегі және шетелдегі оқиғалар туралы жедел ақпарат береді. Сонымен қатар әр телеарнаның ақпараттық басымдықтары мен фокусын көрсетеді.

Күнделікті жаңалықтармен қатар эфирде тұрақты түрде апталық қорытынды және аналитикалық форматтар да көрсетіледі. Олар тек өткен аптаның негізгі оқиғаларын жинақтап қана қоймай, сарапшылар пікірлері мен саяси жағдайды түсіндіру арқылы көрерменге оқиғаларды тереңірек түсінуге мүмкіндік береді.

Бұл бөлімде екі негізгі блок қарастырылған:

1. Күнделікті жаңалықтар – жедел ақпараттың негізгі көзі ретінде;
2. Апта оқиғаларына арналған сараптама және шолу бағдарламалары – соңғы жеті күндегі маңызды оқиғаларды жинақтап, олардың себеп-салдарын талдайтын форматтар.

Салыстырмалы талдау 2023–2025 жылдар аралығын қамтиды және жаңалықтар эфирінің құрылымы, аудитория талғамы және телеарналар арасындағы бәсекелестік қалай өзгергенін көрсетуге мүмкіндік береді.

#### Күнделікті жаңалықтар

Күнделікті жаңалықтар эфирі – телевизиялық хабар таратудың негізгі жанрларының бірі. Олар ақпараттық күн тәртібін қалыптастырып, аудиториямен тұрақты байланыс орнатады. Бұл бағдарламалар жоғары эфир жиілігімен, мазмұнының өзектілігімен және әсіресе прайм-таймда көрермен үшін бәсекелестік жоғары болуымен сипатталады. Төменде 2023–2025 жылдар аралығындағы Қазақстан телевидениеcіндегі ТОП-10 күнделікті жаңалықтарға жүргізілген талдау нәтижелері ұсынылады.

2023 жылы көшбасшы орынды 1-арна Евразия иеленеді: «Главные новости» бағдарламасының рейтингі 2,89% құрайды. Сонымен қатар үздік үштікке «Басты жаңалықтар» (қаз) бағдарламасы да кіреді. Екінші орында КТК жаңалықтары тұр, нарықтағы негізгі ақпараттық өнімдердің бірі болып қала береді. Сондай-ақ ТОП құрамында 31 арнадағы Informburo (қаз/орыс), Мир телеарнасының жаңалық шығарылымдары және Astana TV арнасындағы «Astana times» (қаз/орыс) бағдарламасы бар. Бұл жаңалық форматтары мен телеарналардың алуан түрлілігін көрсетеді.

17-кесте. 2023 жылғы күнделікті жаңалықтардың ТОП-10-ы. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| № | Атауы                             | Телеарна       | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|---|-----------------------------------|----------------|------------|-----------|-----------|
| 1 | Басты жаңалықтар                  | 1-арна Евразия | 2,89       | 23,7      | 260       |
| 2 | Новости КТК                       | КТК            | 1,63       | 18,3      | 908       |
| 3 | Басты жаңалықтар (каз)            | 1-арна Евразия | 1,09       | 23,6      | 512       |
| 4 | Informburo (каз/рус) сурдоперевод | 31 арна        | 0,65       | 8,4       | 435       |
| 5 | Новости                           | 1-арна Евразия | 0,58       | 17,6      | 686       |
| 6 | Astana times (каз/рус)            | Astana TV      | 0,57       | 4,5       | 246       |
| 7 | Новости                           | Мир            | 0,47       | 7,5       | 1202      |

| №  | Атауы                            | Телеарна      | Рейтинг,<br>% | Көлемі<br>,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|----------------------------------|---------------|---------------|------------------|--------------|
| 8  | Жаналықтар (каз)                 | 1-арнаЕвразия | 0,46          | 15,4             | 681          |
| 9  | Жаналықтар (каз)                 | КТК           | 0,41          | 8,1              | 682          |
| 10 | Qazaqstan. Aqparat/Ақпарат (каз) | Qazaqstan     | 0,38          | 6,9              | 1518         |

2024 жылы көшбасшылар құрылымы жалпы алғанда сақталады: «Главные новости» (Евразия 1-арнасы), «Новости КТК» және «Басты жаңалықтар» (каз) (Евразия 1-арнасы) алғашқы орындарды иеленуді жалғастырады.

Astana TV арнасындағы «Astana times» (каз/орыс) бағдарламасы рейтингтің жоғарғы бөлігінде өз орнын бекітсе, 31 арнадағы Informburo (каз/орыс) да топтың тұрақты қатысушыларының бірі болып қала береді.

Жалпы алғанда, жаңалықтар нарығы тұрақтылықты көрсетіп, негізгі брендтердің сақталуымен және аудиторияның негізгі ойыншылар арасында бөлінуімен сипатталады.

*18-кесте. 2024 жылғы күнделікті жаңалықтардың ТОП-10-ы. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                             | Телеарна       | Рейтинг,<br>% | Көлемі<br>,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|-----------------------------------|----------------|---------------|------------------|--------------|
| 1  | Главные новости                   | 1-арна Евразия | 2,64          | 22,4             | 258          |
| 2  | Новости КТК                       | КТК            | 1,39          | 16,5             | 859          |
| 3  | Басты жаңалықтар (каз)            | 1-арна Евразия | 1,01          | 21,7             | 507          |
| 4  | Astana times (каз/рус)            | Astana TV      | 0,64          | 5,3              | 277          |
| 5  | Informburo (каз/рус) сурдоперевод | 31 арна        | 0,59          | 8,3              | 502          |
| 6  | Новости                           | 1-арна Евразия | 0,52          | 18,3             | 696          |
| 7  | Жаналықтар (каз)                  | 1-арна Евразия | 0,45          | 17,1             | 700          |
| 8  | Qazaqstan. Aqparat/Ақпарат (каз)  | Qazaqstan      | 0,40          | 7,6              | 1553         |
| 9  | Жаналықтар (каз)                  | КТК            | 0,40          | 7,9              | 766          |
| 10 | Новости                           | Мир            | 0,34          | 7,5              | 1531         |

2025 жылы көшбасшылық орынды бұрынғыдай «Главные новости» бағдарламасы сақтап отыр, оның рейтингі 2,06% құрайды. Екінші орынды 7 арнадағы «Жаңалықтар 21:30» (каз) иеленіп, бұл көшбасшылар құрылымындағы елеулі өзгеріс болып табылады. Үшінші орында «Новости КТК» орналасып, негізгі ақпараттық өнімдердің бірі ретінде өз орнын сақтайды.

ТОП құрамында сондай-ақ «Басты жаңалықтар» (каз), Informburo (каз/орыс), Astana times (каз/орыс), сондай-ақ 1-арна Евразия мен КТК арналарындағы қазақ тіліндегі жаңалық шығарылымдары бар.

Жаңалықтар эфирінің маңызды ерекшелігі – орыс тіліндегі де, қазақ тіліндегі де бағдарламалардың қатар ұсынылуы. Бұл елдегі медиа тұтыну құрылымы мен аудиторияның тілдік әртүрлілігін айқын көрсетеді.

39-кесте. 2025 жылғы күнделікті жаңалықтардың ТОП-10-ы. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                             | Телеарна       | Рейтинг,<br>% | Көлемі<br>,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|-----------------------------------|----------------|---------------|------------------|--------------|
| 1  | Главные новости                   | 1-арна Евразия | 2,06          | 20,4             | 261          |
| 2  | Жаңалықтар 21:30 (каз)            | 7 арна         | 1,80          | 16,6             | 101          |
| 3  | Новости КТК                       | КТК            | 1,30          | 16,9             | 852          |
| 4  | Басты жаңалықтар (каз)            | 1-арна Евразия | 0,74          | 19,0             | 509          |
| 5  | Informburo (каз/рус) сурдоперевод | 31 арна        | 0,60          | 9,5              | 471          |
| 6  | Новости                           | 1-арна Евразия | 0,48          | 18,6             | 686          |
| 7  | Жаңалықтар (каз)                  | 1-арна Евразия | 0,40          | 17,2             | 686          |
| 8  | Жаңалықтар (каз)                  | КТК            | 0,38          | 8,2              | 690          |
| 9  | Astana times (каз/рус)            | Astana TV      | 0,37          | 4,0              | 264          |
| 10 | Новости                           | 7 арна         | 0,36          | 7,5              | 653          |

2023–2025 жылдар аралығында күнделікті жаңалықтар сегментінде көшбасшылар құрылымы жалпы алғанда тұрақты болып қала береді. Бүкіл кезең бойы негізгі рейтингтік позицияны 1-арна Евразия арнасындағы «Главные новости» бағдарламасы иеленіп, басты ақпараттық өнім ретінде өз орнын сақтап отыр.

«Новости КТК» көрсеткіштері біртіндеп төмендегенімен, ол әлі де ең сұранысқа ие жаңалық бағдарламаларының қатарында қалып, үздік үштік ішіндегі орнын сақтайды.

«Басты жаңалықтар» (каз) бағдарламасы 1-арна Евразия эфирінде тұрақты түрде жетекші жаңалық шығарылымдарының бірі болып қала береді. Бұл аудиторияның қазақ тіліндегі контентке деген тұрақты қызығушылығын көрсетеді.

Басқа телеарналардың жаңалық бағдарламаларының позицияларында да өзгерістер байқалады. 2024 жылы «Astana times» (каз/орыс) бағдарламасының үлесі айқынырақ болса, 2025 жылы 7 арнаның жаңалық шығарылымы күшейіп, рейтингте екінші орынға көтеріледі.

Қазақ тіліндегі жаңалық бағдарламалары ТОП-10 құрамында тұрақты түрде елеулі үлесті иеленеді, бұл мемлекеттік тілдегі контентке деген жоғары сұранысты көрсетеді.

Күнделікті жаңалықтар телевизиялық эфирдің ең тұрақты жанрларының бірі болып қала береді. Негізгі позициялар жетекші ойыншыларда сақталады, ал рейтингтегі өзгерістер көбіне жекелеген бағдарламалар арасындағы аудиторияның қайта бөлінуімен байланысты.

#### **Апталық оқиғаларға арналған аналитика және шолу бағдарламалары**

Аналитикалық және апталық қорытынды жаңалық бағдарламалары теледидар эфирінде маңызды рөл атқарады. Олар көрерменге оқиғаларды тереңірек түсінуге, сарапшылар пікірін алуға және аптаның негізгі тақырыптарының мәнін ұғынуға мүмкіндік береді. Телеарналар арасындағы бәсеке мен медиатұтынудың өзгеруі жағдайында бұл жанрға деген тұрақты сұраныс аудиторияның мазмұнды және түсіндірмелі контентке деген қажеттілігінің сақталып отырғанын көрсетеді.

2023 жылы көшбасшы орынды 1-арна Евразия арнасындағы «Аналитика» бағдарламасы иеленеді. Екінші орында КТК арнасындағы «Портрет недели», ал үшінші орында «Мир» телеарнасындағы «Вместе. Итоговая программа» орналасқан.

Қазақ тіліндегі бағдарламалар да ТОП-10 құрамында ұсынылған: Astana TV арнасындағы «Sarap times» (қаз), Qazaqstan арнасындағы «Апта» (қаз), Хабар арнасындағы «7 күн» (қаз), сондай-ақ әлемдегі негізгі оқиғаларға шолу жасайтын Atameken Business арнасындағы «Alem tynysy» (қаз) бағдарламасы бар.

20-кесте. 2023 жылғы «Апта оқиғаларына талдау және шолу» санатындағы ТОП-10 жаңалық бағдарламалары. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                             | Телеарна          | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|-----------------------------------|-------------------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Аналитика                         | 1-арна Евразия    | 1,81       | 14,0      | 18        |
| 2  | Портрет недели                    | КТК               | 0,94       | 7,1       | 36        |
| 3  | Вместе. Итоговая программа        | Мир               | 0,63       | 7,6       | 81        |
| 4  | Sarap times (каз)                 | Astana TV         | 0,53       | 4,2       | 42        |
| 5  | Апта (каз)                        | Qazaqstan         | 0,43       | 6,0       | 113       |
| 6  | 7 күн (каз)                       | Хабар             | 0,34       | 2,4       | 45        |
| 7  | 7 кун                             | Хабар             | 0,32       | 2,4       | 44        |
| 8  | Мир итоги                         | Atameken Business | 0,03       | 0,6       | 311       |
| 9  | Alem tynysy (каз)                 | Atameken Business | 0,02       | 0,3       | 248       |
| 10 | Своими словами. Новости за неделю | Atameken Business | 0,02       | 0,3       | 269       |

2024 жылы көшбасшылықты қайтадан 1-арна Евразия арнасындағы «Аналитика» бағдарламасы сақтайды. Бағдарламаның рейтингі 1,87%-ға дейін өседі.

Екінші орынға Astana TV арнасындағы қазақ тіліндегі «Sarap times» (каз) бағдарламасы көтеріледі. Үшінші және төртінші орындарды тұрақты қатысушылар – «Вместе. Итоговая программа» (Мир) және «Портрет недели» (КТК) иеленеді, олардың екеуінде де өткен жылмен салыстырғанда аздаған төмендеу байқалады.

Сонымен қатар рейтингте жаңа жобалар пайда болады: «Что это было?» және \*\*7 арнадағы қазақ тіліндегі «Сөздің қысқасы» (каз) бағдарламасы.

21-кесте. 2024 жылғы «Апта оқиғаларына талдау және шолу» санатындағы ТОП-10 жаңалық бағдарламалары. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| № | Атауы                      | Телеарна      | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|---|----------------------------|---------------|------------|-----------|-----------|
| 1 | Аналитика                  | 1-арнаЕвразия | 1,87       | 15,4      | 44        |
| 2 | Sarap times (каз)          | Astana TV     | 0,61       | 5,0       | 41        |
| 3 | Вместе. Итоговая программа | Мир           | 0,50       | 6,6       | 84        |
| 4 | Портрет недели             | КТК           | 0,49       | 4,2       | 34        |
| 5 | Апта (каз)                 | Qazaqstan     | 0,43       | 7,1       | 127       |
| 6 | 7 күн (каз)                | Хабар         | 0,23       | 1,7       | 43        |
| 7 | Что это было?              | 7 арна        | 0,22       | 4,0       | 22        |

| №  | Атауы                | Телеарна          | Рейтинг,<br>% | Көлемі<br>,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|----------------------|-------------------|---------------|------------------|--------------|
| 8  | 7 кун                | Хабар             | 0,21          | 1,6              | 45           |
| 9  | Сөздің қысқасы (каз) | 7 арна            | 0,19          | 4,1              | 24           |
| 10 | Мир итоги            | Atameken Business | 0,03          | 0,6              | 302          |

2025 жылы көшбасшылар құрылымы жалпы алғанда сақталады. Алайда позициялар бөлінісінде жекелеген өзгерістер байқалады. «Аналитика» бағдарламасы аздаған рейтингтік төмендеуге қарамастан, бірінші орынды сақтап қалады.

КТК арнасындағы «Портрет недели» екінші орынға қайта көтеріледі, ал «Вместе. Итоговая программа» үшінші орынды сақтайды. Осы уақытта «Sapar times» (каз) төртінші орынға ығысады, бірақ ең танымал аналитикалық жобалардың қатарында қала береді.

Қазақ тіліндегі бағдарламалар – «Апта», «7 күн» – рейтингте тұрақты түрде көрініс табады. Сондай-ақ Atameken Business арнасының жобалары да ТОП-10 құрамындағы орынды сақтайды.

*22-кесте. 2025 жылғы «Апта оқиғаларына талдау және шолу» санатындағы ТОП-10 жаңалық бағдарламалары. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                             | Телеарна          | Рейтинг,<br>% | Көлемі<br>,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|-----------------------------------|-------------------|---------------|------------------|--------------|
| 1  | Аналитика                         | 1-арна Евразия    | 1,62          | 15,3             | 44           |
| 2  | Портрет недели                    | КТК               | 0,56          | 5,0              | 32           |
| 3  | Вместе. Итоговая программа        | МИР               | 0,54          | 8,2              | 64           |
| 4  | Sapar times (каз)                 | Astana TV         | 0,38          | 4,5              | 54           |
| 5  | Апта/Апта (каз) сурдоперевод      | Qazaqstan         | 0,30          | 5,4              | 127          |
| 6  | 7 кун                             | Хабар             | 0,14          | 1,5              | 44           |
| 7  | 7 кун (каз)                       | Хабар             | 0,12          | 1,3              | 44           |
| 8  | Alem tynysy (каз)                 | Atameken Business | 0,03          | 0,5              | 293          |
| 9  | Мир итоги                         | Atameken Business | 0,03          | 0,7              | 209          |
| 10 | Своими словами. Новости за неделю | Atameken Business | 0,02          | 0,4              | 170          |

2023–2025 жылдар аралығында аналитикалық және апталық қорытынды жаңалықтар сегментінде көшбасшылар құрылымы жалпы алғанда тұрақты сақталады. 1-арна Евразия арнасындағы «Аналитика» бағдарламасы бүкіл кезең бойы бірінші орынды ұстап келеді.

КТК арнасындағы «Портрет недели» және «Мир» телеарнасындағы «Вместе. Итоговая программа» негізгі аналитикалық бағдарламалардың қатарында тұрақты түрде сақталып, жекелеген жылдардағы орын ауысуларға қарамастан өз маңызын жоғалтпайды.

Ерекше атап өтуге болатын өзгеріс – Astana TV арнасындағы қазақ тіліндегі «Sapar times» (каз) бағдарламасының позициялары. Ол әр жылдары жоғары орындарға ие болып, көрермендердің қазақ тіліндегі аналитикалық контентке деген қызығушылығын көрсетеді.

Жалпы алғанда, апталық талдау және қорытынды жаңалық бағдарламалары тележурналистиканың дербес сегментін қалыптастырады. Олар оқиғаларды

тереңірек түсіндіруге бағытталған: негізгі ойыншылар сақталғанымен, аудиторияның қызығушылығы әртүрлі форматтар мен ақпаратты ұсыну тәсілдері арасында қайта бөлініп отырады.

### 3.1.7. Деректі фильмдер

Деректі жобалар телеарна тақырыптарының әртүрлілігімен және көрерменді шынайы оқиғалар арқылы баурай алу қабілетімен маңызды рөл атқарады. Бұл жанр табиғат пен ғылымнан бастап мәдениет, әлеуметтік өмір және технологияларға дейінгі кең ауқымды бағыттарды қамтиды. Көрермендерді тек бақылап қана қоймай, қоршаған әлемді тереңірек түсініп, жаңа мәлімет алуға және бұрыннан таныс құбылыстарды қайта зерделеуге мүмкіндік беретіні қызықтырады.

Деректі фильмдерге деген қызығушылық олардың шынайылығымен, эмоционалдық әсерімен және интеллектуалдық мазмұнының байлығымен байланысты. Мұндай туындылар күрделі құбылыстарды түсінуге, жасырын байланыстарды көруге және дүниетанымды кеңейтуге көмектеседі.

Соңғы жылдардағы үздік деректі фильмдерді талдау арқылы қазақстандық аудитория үшін қандай тақырыптар ең өзекті екенін және деректі жанрдағы қазіргі үрдістердің қалай қалыптасып жатқанын байқауға болады.

2023 жылы үздік деректі фильмдер тақырыбы алуан түрлілігімен ерекшеленеді. Алайда өзекті әрі әлеуметтік маңызы жоғары оқиғаларды зерделеуге басымдық байқалады. Көшбасшы ретінде Қазақстан тарихындағы ең ірі қайғылы оқиғалардың бірі – Костенко атындағы шахтадағы апатқа арналған «Өлім ошағы» фильмі танылды. Сондай-ақ топта халықаралық саммиттер мен ресми сапарларға арналған фильмдер – «Turktime» (қаз), «Жаңа алтын отыз жылдық» (қаз), «Батыл бастама» (қаз) бар, бұл сыртқы саясат пен халықаралық қатынастарға деген тұрақты қызығушылықты көрсетеді.

Әлеуметтік тақырыптарға деген қызығушылық та айқын артады: «Еңбек өнбек» (қаз) және «Ауыл стратегиялық маңызы бар» фильмдері ауыл халқының өмірі мен мәселелерін, сондай-ақ ауылды қолдауға бағытталған мемлекеттік бағдарламалардың жүзеге асуын көрсетеді. Сонымен қатар топта Қаңтар оқиғаларына арналған «Қаңтар. Алғышарттары мен салдары» фильмі және резонансты оқиғаларға қатысушылармен жасалған портреттік және эксклюзивті сұхбаттар «Адастырған ақиқат» (қаз) да орын алған.

*23-кесте. 2023 жылғы ТОП-10 деректі фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| № | Атауы                             | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|---|-----------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1 | Очаг смерти                       | 1-арна Евразия | Қазақстан | 3,34       | 22,4      | 1         |
| 2 | Turktime (каз)                    | 1-арна Евразия | Қазақстан | 2,77       | 35,5      | 1         |
| 3 | Аймақтағы алыс-беріс (каз)        | 1-арна Евразия | Қазақстан | 2,66       | 24,7      | 1         |
| 4 | Еңбек өнбек (каз)                 | 1-арна Евразия | Қазақстан | 2,07       | 26,6      | 1         |
| 5 | Очаг смерти                       | Astana TV      | Қазақстан | 2,05       | 14,0      | 1         |
| 6 | Жаңа алтын отыз жылдық (каз)      | 1-арна Евразия | Қазақстан | 2,00       | 26,1      | 1         |
| 7 | Қаңтар. Предпосылки и последствия | 1-арна Евразия | Қазақстан | 1,71       | 12,3      | 1         |
| 8 | Адастырған ақиқат (каз)           | КТК            | Қазақстан | 1,71       | 11,2      | 1         |
| 9 | Батыл бастама (каз)               | 1-арна Евразия | Қазақстан | 1,50       | 19,5      | 1         |

| №  | Атауы                        | Телеарна | Ел        | Рейтинг,<br>% | Көлемі,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|------------------------------|----------|-----------|---------------|--------------|--------------|
| 10 | Аул стратегического значения | КТК      | Казахстан | 1,37          | 12,8         | 1            |

2024 жылы әлеуметтік талдау мен сыртқы саясат тақырыптарына бағытталған тенденция сақталады. ТОП-10 қатарына халықаралық қатынастар мен шетелдік сапарларға арналған деректі фильмдер енеді: «Астана–Рим», «KZ AZ синергия», «Астана–Сингапур», «Екі ел – бір мүдде» (қаз).

Сонымен қатар 2024 жылғы тізімде Қаңтар оқиғаларына арналған деректі жобалар ерекше орын алады: «Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді» (қаз), «Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было».

Әлеуметтік және экономикалық тақырыптар да маңызды бағыт ретінде көрініс табады. Мысалы, «Перрон перемен» деректі фильмі Павлодар қаласындағы теміржол вокзалының жаңғыртылуына арналған және инфрақұрылымдық өзгерістер мен қоғамдық даму мәселелерін қамтиды.

44-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 деректі фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                                                          | Телеарна       | Ел        | Рейтинг,<br>% | Көлемі,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|----------------------------------------------------------------|----------------|-----------|---------------|--------------|--------------|
| 1  | Астана-Рим                                                     | 1-арна Евразия | Казахстан | 2,34          | 18,8         | 1            |
| 2  | Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді (каз) | Qazaqstan      | Казахстан | 2,23          | 14,3         | 1            |
| 3  | KZ AZ синергия (каз)                                           | 1-арна Евразия | Казахстан | 2,23          | 29,4         | 1            |
| 4  | Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было                    | 1-арна Евразия | Казахстан | 2,06          | 13,1         | 1            |
| 5  | Екі ел-бір мүдде (каз)                                         | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,82          | 16,9         | 1            |
| 6  | Жизнь после                                                    | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,57          | 17,4         | 1            |
| 7  | Астана-Сингапур (каз)                                          | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,43          | 23,3         | 1            |
| 8  | Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді (каз) | Astana TV      | Казахстан | 1,09          | 7,1          | 1            |
| 9  | Перрон перемен                                                 | Astana TV      | Казахстан | 1,07          | 7,2          | 1            |
| 10 | Екі ел-бір мүдде (каз)                                         | МИР            | Казахстан | 0,99          | 22,3         | 1            |

2025 жылы деректі контенттің тақырыптық құрылымы анағұрлым шоғырлана түсті. ТОП-10-дың елеулі бөлігін Қаңтар оқиғаларына арналған фильмдер құрайды: «Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было» және «Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді» (каз) жобалары бірқатар телеарналарда (31 арна, 1-арна Евразия, Qazaqstan, Astana TV, Almaty TV) көрсетілді.

Сонымен қатар танымал жобалардың қатарында 1-арна Евразия арнасындағы «Любовь – это...» деректі фильмі бар. Ол Қаңтар оқиғалары кезінде қаза тапқан КНБ қызметкері Дастан Әділбайдың өмірі мен қызметіне, сондай-ақ трагедия болған күндегі оқиғаларға арналған.

Қоғамдық-саяси тақырыптармен қатар 2025 жылғы ТОП-та әлеуметтік, экологиялық және халықаралық мәселелерді қамтитын жобалар да ұсынылған.

Astana TV арнасындағы «Таяз судың тасуы көп» (каз) фильмі Қазақстан үшін өзекті су тасқыны мәселесін көтеріп, табиғи қауіптер мен олардың халық өміріне әсерін көрсетеді.

«Мир» телеарнасындағы «Реки жизни. Сырдарья» жобасы Орталық Азиядағы су ресурстары, трансшекаралық су пайдалану, экологиялық тұрақтылық және су дипломатиясына арналған.

Ал 1-Евразия арнасындағы «Мәңгілік достық» (қаз) деректі фильмі Қазақстан мен Қытай арасындағы халықаралық ынтымақтастықты, саяси диалог пен экономикалық байланыстарды қамтиды.

25-кесте. 2025 жылғы ТОП-10 деректі фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                                                          | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|----------------------------------------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было                    | 31 арна        | Казахстан | 2,47       | 15,5      | 1         |
| 2  | Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді (каз) | Qazaqstan      | Казахстан | 2,01       | 14,6      | 1         |
| 3  | Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было                    | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,87       | 12,7      | 2         |
| 4  | Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді (каз) | Astana TV      | Казахстан | 1,62       | 10,1      | 1         |
| 5  | Любовь это...                                                  | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,57       | 10,4      | 1         |
| 6  | Таяз судың тасуы көп (каз)                                     | Astana TV      | Казахстан | 1,37       | 11,1      | 1         |
| 7  | Реки жизни. Сырдарья                                           | Мир            | Казахстан | 1,29       | 40,1      | 1         |
| 8  | Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было                    | Almaty TV      | Казахстан | 1,22       | 7,7       | 1         |
| 9  | Мәңгілік достық (каз)                                          | 1-арна Евразия | Казахстан | 0,94       | 31,3      | 1         |
| 10 | Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді (каз) | Almaty TV      | Казахстан | 0,84       | 5,7       | 1         |

Соңғы үш жылдағы ТОП-10 деректі фильмдерге жасалған талдау Қазақстан аудиториясының негізінен жергілікті өндірістегі деректі фильмдерді таңдайтынын айқын көрсетеді. Қазақстандық көрермендер ішкі және сыртқы өзекті оқиғаларға арналған деректі жобаларға тұрақты түрде басымдық береді: ішкі дағдарыстар (әсіресе 2022 жылғы Қаңтар оқиғалары), сыртқы саяси сапарлар мен жетістіктер немесе әлеуметтік-экономикалық бастамалар.

Үш жыл қатарынан жасалған рейтингтерде негізінен мемлекеттік тапсырыспен түсірілген және ірі телеарналарда көрсетілетін фильмдер басым. Бұл олардың кең аудиторияға жетуін қамтамасыз етеді.

Фильмдердің тақырыптық ауқымы да кең: саяси және тарихи сюжеттермен қатар өңірлік даму, инфрақұрылымдық жобалар және халықаралық серіктестік мәселелері де қамтылады. Қазақстандағы деректі кино тек ағартушылық емес, сонымен қатар талдамалық функция атқарып, қоғамдық пікірталасты дамытуға, қоғамдағы бірлік сезімін күшейтуге және елдің мәдени-әлеуметтік құндылықтарын тереңірек түсінуге ықпал етеді.

### 3.1.8. Спорттық бағдарламалар

Спорттық трансляциялар қазақстандық аудитория тарапынан тұрақты қызығушылық тудырады, әсіресе ірі халықаралық жарыстар мен отандық спортшылар қатысатын маңызды оқиғалар кезінде.

2023 жылы спорттық бағдарламалардың ТОП тізімінде футбол басымдыққа ие болды, әсіресе UEFA EURO-2024 іріктеу матчтары мен турнирлік ойындар форматы. Бұл

еуропалық футболға және Қазақстан ұлттық құрамасына деген жоғары қызығушылықты көрсетеді.

ТОП құрамына Қазақстан құрамасының Сан-Марино, Солтүстік Ирландия, Финляндия және басқа да командалармен өткізген матчтары енді. Сонымен қатар топта кәсіби бокс трансляциялары мен Азия ойындары аясындағы ауыр атлетика жарыстары да ұсынылған, бұл спорттық контент құрылымының неғұрлым әртараптанғанын көрсетеді.

*265-кесте. 2023 жылғы ТОП-10 спорттық бағдарламалар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                                                     | Телеарна  | Күні       | Қатысушылар                      | Рейтинг, % | Көлемі, % |
|----|-----------------------------------------------------------|-----------|------------|----------------------------------|------------|-----------|
| 1  | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус)                          | Qazsport  | 17.11.2023 | Казахстан-Сан-Марино Live        | 3,36       | 20,3      |
| 2  | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус)                          | Qazsport  | 10.09.2023 | Казахстан-Северная Ирландия Live | 2,36       | 17,6      |
| 3  | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус)                          | Qazsport  | 07.09.2023 | Казахстан-Финляндия Live         | 2,28       | 16,3      |
| 4  | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус)                          | Qazsport  | 17.10.2023 | Финляндия-Казахстан Live         | 2,02       | 16,0      |
| 5  | Футбол. Супер кубок Англии (каз)                          | Qazaqstan | 06.08.2023 | Арсенал-Манчестер Сити Live      | 2,02       | 17,4      |
| 6  | Футбол. Olimpbet Казакстан чемпионаты (каз/рус)           | Qazsport  | 16.09.2023 | Актобе-Ордабасы Live             | 2,01       | 15,0      |
| 7  | Кәсіпқой бокс (каз/рус)                                   | Qazsport  | 22.12.2023 | -                                | 1,71       | 15,4      |
| 8  | Футбол. Лига конференций УЕФА (каз/рус)                   | Qazsport  | 05.10.2023 | Астана-Виктория Пльзень Live     | 1,71       | 11,2      |
| 9  | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз/рус)                     | Qazsport  | 24.10.2023 | Галатасарай-Бавария Live         | 1,70       | 15,9      |
| 10 | Тяжелая атлетика. The 19th Asian Games. Женщины (каз/рус) | Qazsport  | 02.10.2023 | -                                | 1,65       | 9,7       |

2024 жылы UEFA EURO-2024 футбол трансляциялары ТОП-10-ның дерлік барлық орнын иеленді, бұл ірі халықаралық турнирлерге деген тұрақты қызығушылықты айқын көрсетеді.

Испания, Германия, Англия, Франция, Португалия сияқты ұлттық құрамалардың қатысуымен өткен матчтар, сондай-ақ Чемпиондар лигасының клубтық ойындары (Реал Мадрид – Байер) жоғары рейтинг пен аудитория үлесін жинады.

*27-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 спорттық бағдарламалар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| № | Атауы                            | Телеарна | Күні       | Қатысушылар             | Рейтинг, % | Көлемі, % |
|---|----------------------------------|----------|------------|-------------------------|------------|-----------|
| 1 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус) | Qazsport | 05.07.2024 | Испания-Германия Live   | 4,37       | 33,2      |
| 2 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус) | Qazsport | 14.07.2024 | Испания-Англия Live     | 3,99       | 57,6      |
| 3 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус) | Qazsport | 06.07.2024 | Англия-Швейцария Live   | 3,97       | 30,6      |
| 4 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус) | Qazsport | 01.07.2024 | Франция-Бельгия Live    | 3,69       | 29,2      |
| 5 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус) | Qazsport | 05.07.2024 | Португалия-Франция Live | 3,42       | 49,6      |
| 6 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус) | Qazsport | 02.07.2024 | Румыния-Нидерланды Live | 2,73       | 20,3      |
| 7 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус) | Qazsport | 21.03.2024 | Греция-Казахстан Live   | 2,59       | 36,7      |

| №  | Атауы                                 | Телеарна | Күні       | Қатысушылар            | Рейтинг, % | Көлемі, % |
|----|---------------------------------------|----------|------------|------------------------|------------|-----------|
| 8  | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз/рус) | Qazsport | 08.05.2024 | Реал Мадрид-Байер Live | 2,56       | 42,9      |
| 9  | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус)      | Qazsport | 30.06.2024 | Англия-Словакия Live   | 2,38       | 20,6      |
| 10 | Футбол. UEFA EURO-2024 (каз/рус)      | Qazsport | 18.06.2024 | Турция-Грузия Live     | 2,33       | 19,3      |

2025 жылы футбол трансляцияларына деген жоғары қызығушылық сақталады. Алайда ТОП құрылымы қазақстандық клубтардың қатысуымен өткен маңызды оқиғалардың есебінен әртараптана түседі. Абсолютті көшбасшы ретінде «Қайрат – Реал Мадрид» матчы анықталып, ол рейтинг пен аудитория үлесі бойынша рекордтық көрсеткіштерге қол жеткізеді.

Сондай-ақ «Қайраттың» еурокубок аясындағы басқа матчтары да жоғары позицияларды иеленіп, көрермендердің клубтық футболға және жергілікті командаларға деген қызығушылығының артқанын көрсетеді.

Сонымен қатар топқа қайтадан бокс трансляциясы енеді. Ливерпульдегі бокстан әлем чемпионаты, бұл спорттық контент құрылымының кеңейіп, әртүрлі спорт түрлеріне деген сұраныстың сақталғанын айқындайды.

*28-кесте. 2024 жылғы ТОП-10 спорттық бағдарламалар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                                                      | Телеарна  | Күні       | Қатысушылар                | Рейтинг, % | Көлемі, % |
|----|------------------------------------------------------------|-----------|------------|----------------------------|------------|-----------|
| 1  | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз/рус)                      | Qazsport  | 30.09.2025 | Кайрат-Реал Мадрид Live    | 10,38      | 51,7      |
| 2  | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз)                          | Qazaqstan | 30.09.2025 | Кайрат-Реал Мадрид Live    | 4,72       | 22,0      |
| 3  | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз)                          | Qazaqstan | 09.12.2025 | Кайрат-Олимпиакос Live     | 3,08       | 21,4      |
| 4  | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз)                          | Qazaqstan | 21.10.2025 | Кайрат-Пафос Live          | 2,31       | 20,2      |
| 5  | Матч алдындағы маслихат (каз)                              | Qazsport  | 30.09.2025 | -                          | 2,31       | 15,5      |
| 6  | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз/рус)                      | Qazsport  | 31.05.2025 | Пари Сен-Жермен-Интер Live | 2,20       | 38,3      |
| 7  | Бокс. World Boxing Championships Liverpool 2025 (каз)      | Qazaqstan | 14.09.2025 | -                          | 2,16       | 33,8      |
| 8  | Футбол. European Qualifiers. FIFA World Cup 2026 (каз/рус) | Qazsport  | 15.11.2025 | Казахстан-Бельгия Live     | 2,12       | 19,4      |
| 9  | Бокс. Battle Of The Brave (каз/рус)                        | Qazsport  | 05.04.2025 | -                          | 2,08       | 19,8      |
| 10 | Футбол. Лига чемпионов УЕФА (каз/рус)                      | Qazsport  | 06.05.2025 | Интер-Барселона Live       | 2,06       | 42,2      |

2023–2025 жылдар аралығында Қазақстандағы спорттық телетамашалау құрылымында футболдың тұрақты басымдыққа ие екені байқалады. Сонымен қатар егер 2023 жылы спорттық контент құрылымы бокс және басқа да спорт түрлерінің есебінен салыстырмалы түрде әртараптанған болса, 2024 жылы қызығушылық негізінен халықаралық деңгейдегі футбол турнирлерінің айналасына шоғырланады.

2025 жылы халықаралық жарыстарға деген қызығушылық сақталумен қатар, жергілікті оқиғалардың рөлі күшейеді. Әсіресе қазақстандық клубтардың қатысуымен өтетін матчтар көрермен назарын айтарлықтай арттырады.

Спорттық контенттің әртүрлілігін арттыруда Qazsport телеарнасының да үлесі бар, онда бокс және басқа да спорт түрлері бойынша трансляциялар ұсынылады.

Осылайша, футбол телетамашалаудың негізгі драйвері болып қала береді, алайда отандық командалардың қатысуы және мамандандырылған спорттық платформалардың болуы аудитория қызығушылығын күшейтіп, спорттық контент құрылымын кеңейте түседі.

### **3.1.9. Жас топтары бойынша жанрлық қалаудағы айырмашылықтар**

Қазақстандағы телекөрермендердің талғамы жас ерекшелігіне қарай айқын түрде өзгереді. Әрбір жас сегменті өзіне тән тұрақты қызығушылықтарды көрсетеді, бұл – телекомпаниялардың бағдарламалық кестесін құруы мен жарнамалық науқандарды жоспарлауы үшін маңызды фактор.

#### **6–17 жас аралығы (балалар мен жасөспірімдер)**

Бұл топ үшін ең тартымды жанр – сериалдар, ол жетекші орын алады. Бұл жасөспірімдерге арналған және отбасылық сюжеттердің танымалдылығын ғана емес, сонымен қатар балалардың ересектермен бірге теледидар көру тәжірибесіне де байланысты. Сондай-ақ фильмдер мен ойын-сауық бағдарламалары да жоғары сұранысқа ие. Бұл топта балаларға арналған бағдарламалар мен мультфильмдердің үлесі (шамамен 8%) салыстырмалы түрде бар. Бірақ басым емес. Ал гуманитарлық, ақпараттық, әлеуметтік-саяси және деректі форматтарға қызығушылық өте төмен.

#### **18–24, 25–34 және 35–44 жас топтары**

Бұл жас топтарындағы жанрлық құрылым негізінен ұқсас. Көрермендердің басым бөлігі телехикаяларды көреді (39,6%-дан 44,0%-ға дейін). Сондай-ақ фильмдерге (18–21%) және ойын-сауық бағдарламаларына (10,2%-дан 11,4%-ға дейін) деген қызығушылық та жоғары деңгейде сақталған. Жасөспірімдер аудиториясымен салыстырғанда, бұл жас санатындағы көрермендер ақпараттық және қоғамдық-саяси бағдарламаларды жиірек қарайды. Бұл олардың қызығушылық аясының кең екенін және қоғамдық күн тәртібіндегі мәселелерге көбірек мән беретінін көрсетеді.

#### **45–54 жас тобы**

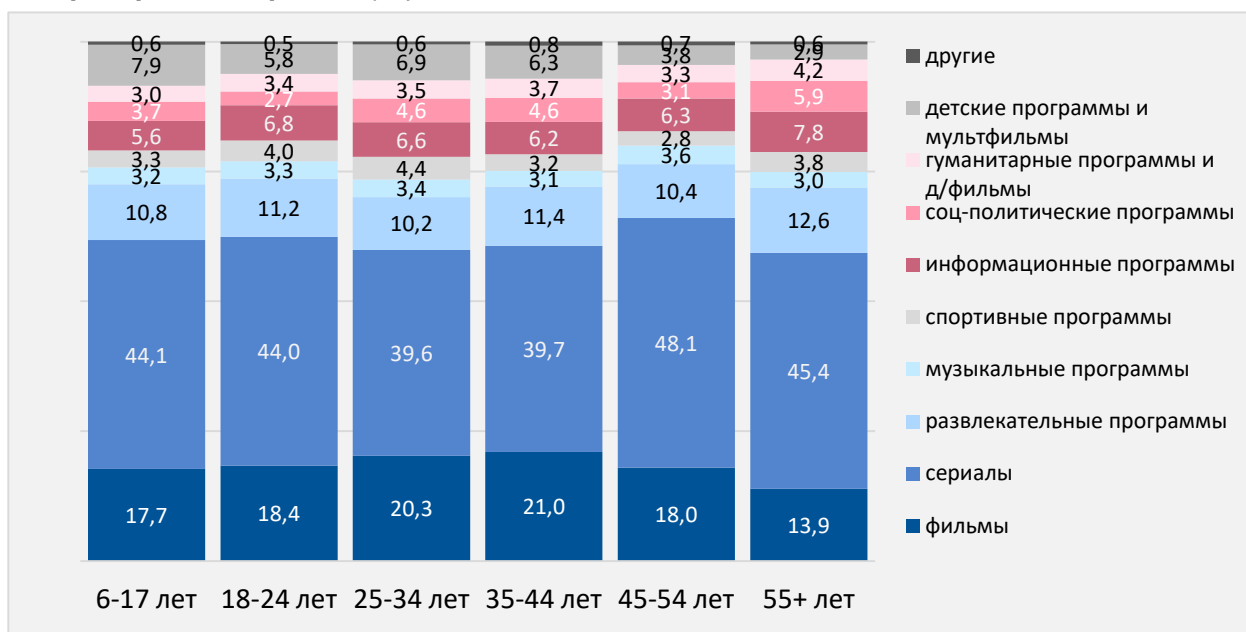
Бұл санатта сериалдарға қызығушылық ең жоғары деңгейге жетеді (48,1%) – барлық жас топтары арасындағы ең жоғары көрсеткіш. Сонымен қатар ойын-сауық бағдарламаларына (10,4%) қызығушылық артып, ақпараттық (6,3%) және әлеуметтік-саяси контенттің (3,1%) үлесі де өседі. Фильмдер үлесі шамамен 18% деңгейінде сақталады.

#### **55+ жас тобы**

Сериалдар бұл топта да негізгі орын алады (45,4%), бірақ тұтыну құрылымы әлдеқайда теңгерімді болады. Фильмдерге қызығушылық төмендейді (13,9%), ал ақпараттық (7,8%) және әлеуметтік-саяси бағдарламаларға (5,9%) сұраныс айтарлықтай артады. Сонымен қатар гуманитарлық және танымдық форматтарға қызығушылық басқа топтарға қарағанда жоғары.

Жалпы алғанда, жас ұлғайған сайын аудитория ақпараттық және әлеуметтік-саяси контентке көбірек бейімделеді. Ал фильмдерге қызығушылық біртіндеп азаяды. Дегенмен сериалдар барлық жас топтарында әмбебап жанр ретінде жетекші орнын сақтайды. Ойын-сауық форматтары мен фильмдер негізінен жас аудиторияда танымал болса, ересек топтар анағұрлым кең әрі мазмұнды медиатұтыну профилін көрсетеді.

167-сурет. Жанрлық талғамдар аудиторияның жас топтары бойынша бөліністе, 2025 жыл. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары көрсеткіштер: AvAud(All)%



### 3.1.10. Қарым-қатынас тілі бойынша жанрлық қалаудағы айырмашылықтар

Қазақстанда қарым-қатынас тілі медиа контентті таңдау мен қабылдауда маңызды рөл атқарады. Бұл елдегі тарихи қалыптасқан қостілділікпен байланысты: халықтың елеулі бөлігі қазақ және орыс тілдерін меңгерген, бұл өз кезегінде аудиторияның медиамінез-құлқына тікелей әсер етеді.

2025 жылғы Орнату зерттеу деректеріне сәйкес, ірі қала тұрғындарының 50,9%-ы қазақ тілінде сөйлесуді қалайды (+2024 жылмен салыстырғанда 0,2 п.п.). Тілдік құрылымның өзгеру динамикасы жалпы алғанда бірқалыпты, айтарлықтай күрт ауытқулар байқалмайды.

Жанрлық талғамдарды талдау көрсеткендей, тілдік айырмашылықтарға қарамастан, екі аудитория да тұтыну ерекшеліктері бойынша ұқсас мінез-құлық танытады. Сериалдар қазақтілді аудитория арасында да (44,0%), қазақша емес аудитория арасында да (43,1%) жетекші жанр болып қала береді.

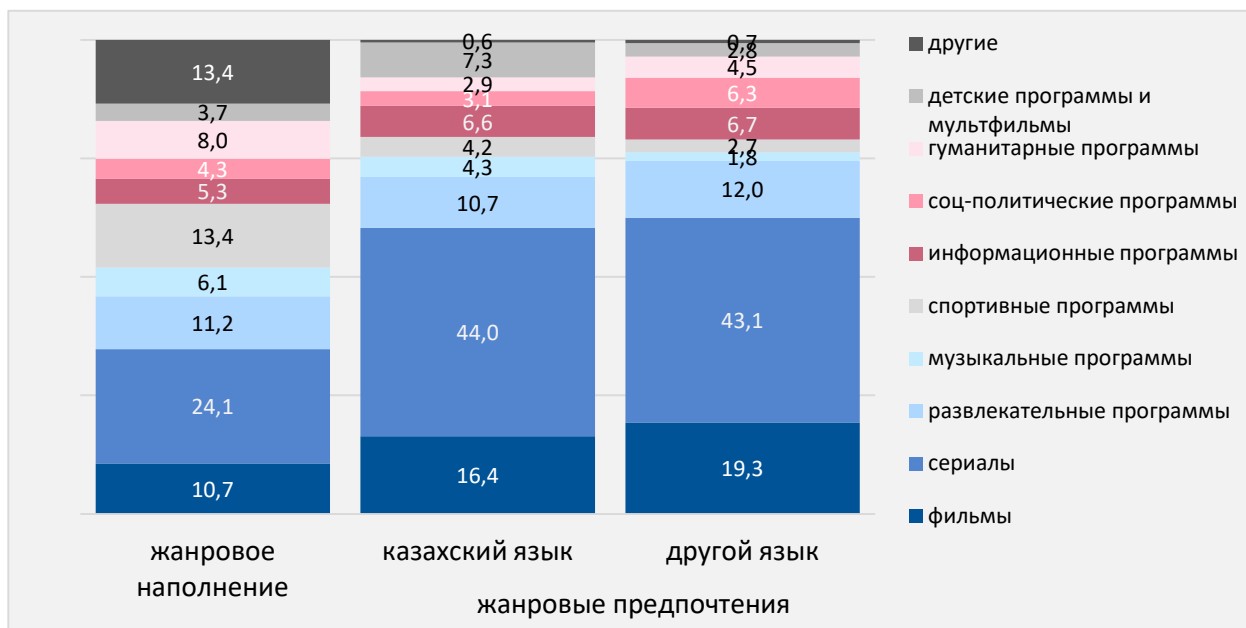
Фильмдер дәстүрлі түрде қазақша емес аудитория арасында көбірек танымал (19,3% қарсы 16,4%). Бұл орыс тіліндегі контент ұсынысының кеңірек болуымен байланысты болуы мүмкін.

Ойын-сауық бағдарламалары да ұқсас деңгейде сұранысқа ие, дегенмен қазақша емес аудиторияда сәл жоғары (12,0% қарсы 10,7%). Ұқсас үрдіс әлеуметтік-саяси бағдарламаларда да байқалады: қазақтілді емес аудиторияда олардың үлесі 6,3%, ал қазақтілді аудиторияда – 3,1%.

Ал қазақтілді аудитория балаларға арналған бағдарламалар мен мультфильмдерді көбірек тұтынады (7,3% қарсы 2,8%). Бұл қазақ тіліндегі арнайы контенттің (әсіресе Balapan арнасы) болуымен қатар, қазақтілді аудитория құрамындағы балалар үлесінің жоғары болуымен де түсіндіріледі.

Жаңалық бағдарламаларына деген қызығушылық екі топта да шамамен бірдей, 7% шамасын құрайды.

17-сурет. Аудиторияның тілдік қарым-қатынас бойынша жанрлық таңдаулары, 2025 жыл. Деректер: K-Research Central Asia: TV Index, халқы 100 000+ адамнан асатын қалалар, 6+ жас, AvAud(All)%.



Осылайша, тілдік аудиториялар арасындағы жанрлық талғамдардың жалпы ұқсастығына қарамастан, тұтыну құрылымында айырмашылықтар сақталады: қазақтілді емес аудитория фильмдер мен әлеуметтік-саяси контентті көбірек көреді, ал қазақтілді аудитория балаларға арналған бағдарламаларға жоғары қызығушылық танытады. Бұл контент ұсынысының ерекшеліктерін де, аудиторияның мінез-құлықтық модельдеріндегі айырмашылықтарды да көрсетеді.

Жанрлар бойынша топтарды неғұрлым терең салыстыру әртүрлі тілдік аудиториялардың контенттік талғамындағы айырмашылықтарды айқын көруге мүмкіндік береді.

2025 жылы қазақтілді аудитория арасында сериалдар топ құрылымы өндіріс елдері бойынша анағұрлым әртараптанғанымен ерекшеленеді. Ресейлік сериалдармен қатар түрік жобалары да елеулі үлес алады. Сондай-ақ қазақстандық контент те кеңінен ұсынылған. Көшбасшы ретінде «Қол созған үміт» (қаз) түрік сериалы (Qazaqstan телеарнасы) анықталады.

Сонымен қатар топқа басқа да түрік жобалары (мысалы, «Тағдыр жазуы» (қаз)) және қазақстандық «Жаңа жыл» (қаз) сериалы кіреді. Бұл аудиторияның тілдік және мәдени тұрғыдан жақын контентке деген қызығушылығын көрсетеді. Дегенмен ресейлік сериалдар да рейтингтің елеулі бөлігін құрап, негізгі ұсыныс құрылымын қалыптастырады.

69-кесте. 2025 жылғы қазақтілді аудитория арасындағы ТОП-10 сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; қазақ тілінде сөйлесуді қалайтын көрермендер; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| № | Атауы                          | Телеарна       | Ел     | Рейтинг, % | Көлемі % | Шығу саны |
|---|--------------------------------|----------------|--------|------------|----------|-----------|
| 1 | Қол созған үміт (каз) рус/тит  | Qazaqstan      | Түркия | 4,51       | 27,5     | 6         |
| 2 | Старое ружье                   | 1-арна Евразия | Ресей  | 2,51       | 34,7     | 1         |
| 3 | Невский. Проверка на прочность | 1-арна Евразия | Ресей  | 2,44       | 18,2     | 7         |

| №  | Атауы                     | Телеарна       | Ел                | Рейтинг,<br>% | Көлемі<br>% | Шығу<br>саны |
|----|---------------------------|----------------|-------------------|---------------|-------------|--------------|
| 4  | Знахарь                   | 1-арна Евразия | Ресей             | 2,32          | 16,8        | 4            |
| 5  | Ветреная женщина          | 1-арна Евразия | Ресей,<br>Украина | 2,27          | 21,7        | 2            |
| 6  | Судья                     | 1-арна Евразия | Ресей             | 2,17          | 34,0        | 2            |
| 7  | Жаңа жыл (каз)            | Qazaqstan      | Казахстан         | 2,14          | 13,3        | 1            |
| 8  | Тағдыр жазуы каз) рус/тит | Qazaqstan      | Түркия            | 2,14          | 23,3        | 206          |
| 9  | Невский                   | 1-арна Евразия | Ресей             | 2,11          | 15,3        | 9            |
| 10 | Чужой среди своих         | 1-арна Евразия | Ресей             | 2,03          | 15,8        | 4            |

Қазақтілді емес аудиторияның талғам құрылымы әлдеқайда біркелкі сипатқа ие. ТОП-10-да негізінен ресейлік және ішінара украиналық өндірістегі сериалдар басым болып, олар көбіне Евразия 1-арнасы арнасында көрсетіледі.

Көшбасшы ретінде «Ана махаббаты» сериалы анықталады, сондай-ақ «Невский», «Шрам», «Өзінікі емес ортада» сияқты жобалар жоғары позицияларды иеленеді.

Басқа елдер контентінің рейтингте болмауы бұл аудиторияның негізінен орыс тіліндегі сериалдық форматтарға көбірек бағытталғанын көрсетеді.

*30-кесте. 2025 жылғы қазақша емес (неказахоязычная) аудитория арасындағы ТОП-10 сериалдар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; қазақ тілінде сөйлемейтін көрермендер; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                          | Телеарна       | Ел                | Рейтинг,<br>% | Көлемі,<br>% | Шығу<br>саны |
|----|--------------------------------|----------------|-------------------|---------------|--------------|--------------|
| 1  | Любовь матери                  | 1-арна Евразия | Украина           | 4,42          | 46,0         | 1            |
| 2  | Невский. Проверка на прочность | 1-арна Евразия | Ресей             | 3,87          | 38,3         | 7            |
| 3  | Шрам                           | 1-арна Евразия | Ресей             | 3,61          | 37,8         | 1            |
| 4  | Невский                        | 1-арна Евразия | Ресей             | 3,36          | 33,0         | 9            |
| 5  | Ветреная женщина               | 1-арна Евразия | Ресей,<br>Украина | 3,33          | 44,4         | 2            |
| 6  | Чужой среди своих              | 1-арна Евразия | Ресей             | 3,29          | 33,8         | 4            |
| 7  | Ласточкино гнездо              | 1-арна Евразия | Ресей             | 3,17          | 27,9         | 3            |
| 8  | Стая                           | 1-арна Евразия | Ресей             | 3,01          | 33,9         | 5            |
| 9  | Подмена                        | 1-арна Евразия | Ресей             | 2,98          | 45,1         | 4            |
| 10 | Дельфин                        | 1-арна Евразия | Ресей             | 2,84          | 32,4         | 5            |

Фильмдер аудитория талғамының құрылымындағы айырмашылықтарды одан әрі айқын көрсетеді.

2025 жылы қазақтілді көрермендер арасында топта қазақстандық фильмдермен қатар шетелдік ленталардың дубляждalған нұсқалары да ұсынылған. Көшбасшы ретінде Qazaqstan телеарнасында көрсетілген «Биік сезім» (қаз) фильмі анықталады.

Рейтингтің елеулі бөлігін қазақ тіліне аударылған танымал шетелдік фильмдер құрайды. Атап айтқанда, «Үйде жалғыз қалғанда» (қаз) сериясы және оның жалғасы, сондай-ақ түпнұсқа «Один дома» фильмдері жоғары сұранысқа ие. Бұл аудиторияның халықаралық контентке қызығушылығы бар екенін, бірақ оның тілдік бейімделуі маңызды рөл атқаратынын көрсетеді.

Жалпы алғанда, қазақтілді аудиторияның фильмдерге қатысты талғам құрылымы жергілікті контент пен шетелдік фильмдердің үйлесіміне негізделіп, тұтынудың анағұрлым әртараптанған моделін қалыптастырады.

31-кесте. 2025 жылғы қазақтілді аудитория арасындағы ТОП-10 фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; қазақ тілінде сөйлесуді қалайтын көрермендер; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                                | Телеарна  | Ел                        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|--------------------------------------|-----------|---------------------------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Биік сезім (каз)                     | Qazaqstan | Казахстан                 | 3,30       | 22,8      | 2         |
| 2  | Переводчик                           | НТК       | Ұлыбритания, Испания, АҚШ | 3,02       | 20,0      | 2         |
| 3  | Үйде жалғыз қалғанда-2 (каз)         | Qazaqstan | АҚШ                       | 2,94       | 20,0      | 2         |
| 4  | Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке | 31 арна   | АҚШ                       | 2,77       | 15,3      | 3         |
| 5  | Үйде жалғыз қалғанда-3 (каз)         | Qazaqstan | АҚШ                       | 2,76       | 20,1      | 2         |
| 6  | Судная ночь-2                        | НТК       | Франция, АҚШ              | 2,75       | 22,4      | 1         |
| 7  | Один дома                            | 31 арна   | АҚШ                       | 2,69       | 16,0      | 3         |
| 8  | Үйде жалғыз қалғанда (каз)           | Qazaqstan | АҚШ                       | 2,66       | 18,2      | 3         |
| 9  | Одинокый волк                        | НТК       | АҚШ                       | 2,42       | 20,1      | 1         |
| 10 | Биік сезім (каз)                     | Qazaqstan | Казахстан                 | 3,30       | 22,8      | 2         |

Қазақша емес аудиторияда фильмдер топ құрылымы негізінен ресейлік контент есебінен қалыптасады. Көптеген позицияларды 1-арна Евразия арнасында көрсетілетін ресейлік өндірістергі фильмдер иеленеді. Олар – «Цена измены», «Сезон посадок», «Забери меня к себе», «Новогодний переполох» және т.б.

Сонымен қатар топта жекелеген шетелдік және кеңестік фильмдер де кездеседі, мысалы «Один дома 2» және «Операция Ы и другие приключения Шурика», алайда олар жалпы талғам құрылымын айтарлықтай өзгертпейді.

Бұл аудиторияның айрықша ерекшелігі – көшбасшы фильмдердің үлесінің жоғары болуы (мысалы, «Цена измены» – 50,3%), бұл контентті тұтынудың анағұрлым шоғырланған сипатын көрсетеді.

32-кесте. 2025 жылғы қазақтілді емес аудитория арасындағы ТОП-10 фильмдер. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; қазақ тілінде сөйлемейтін көрермендер; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| № | Атауы                                | Телеарна       | Ел    | Рейтинг, % | Доля, % | Кол-во выходов |
|---|--------------------------------------|----------------|-------|------------|---------|----------------|
| 1 | Цена измены                          | 1-арна Евразия | Ресей | 5,33       | 50,3    | 1              |
| 2 | Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке | 31 арна        | АҚШ   | 4,37       | 33,6    | 3              |
| 3 | Забери меня к себе                   | 1-арна Евразия | Ресей | 4,11       | 37,5    | 1              |
| 4 | Сезон посадок                        | 1-арна Евразия | Ресей | 4,00       | 38,7    | 1              |
| 5 | Новогодний переполох                 | 1-арна Евразия | Ресей | 3,82       | 29,9    | 1              |
| 6 | О чем молчат девушки                 | 1-арна Евразия | Ресей | 3,21       | 31,7    | 1              |
| 7 | Ирония судьбы. Продолжение           | 1-арна Евразия | Ресей | 3,13       | 26,5    | 2              |
| 8 | Преданный                            | 1-арна Евразия | Ресей | 3,04       | 42,3    | 1              |
| 9 | Не идеальный мужчина                 | 1-арна Евразия | Ресей | 2,93       | 33,5    | 1              |

| №  | Атауы                                    | Телеарна       | Ел   | Рейтинг, % | Доля, % | Кол-во выходов |
|----|------------------------------------------|----------------|------|------------|---------|----------------|
| 10 | Операция Ы" и другие приключения Шурика" | 1-арна Евразия | КСРО | 2,91       | 25,5    | 1              |

Ойын-сауық бағдарламалары аудитория арасындағы талғам айырмашылықтарын айқын көрсетеді.

Өткен жылы қазақтілді көрермендер арасында ТОП-та негізінен қазақстандық өндірістегі жобалар басым. Ең танымал бағдарламалар қатарына ұлттық премиялар, юморлық және студиялық форматтар жатады: «Қызық премия», «Нартәуекел», «Шаншар 30 жыл», сондай-ақ 7 арна жобалары – «Кухня великолепного века» және «Кинокухня. Великолепный век».

Сонымен қатар топта жекелеген ресейлік форматтар да кездеседі («Поле чудес», «Точь-в-точь», «Лучше всех»), алайда олар жалпы талғам құрылымын айқындаушы рөл атқармайды.

Жалпы алғанда, қазақтілді аудитория ұлттық мәдениетке, тілге және әзіл-оспаққа негізделген жергілікті ойын-сауық контентіне айқын қызығушылық танытады.

*33-кесте. 2025 жылғы қазақтілді аудитория арасындағы ТОП-10 ойын-сауық бағдарламалар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; қазақ тілінде сөйлесуді қалайтын көрермендер; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts*

| №  | Атауы                       | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|-----------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Қызық премия (каз)          | Хабар          | Казахстан | 2,27       | 13,9      | 3         |
| 2  | Нартәуекел (каз)            | КТК            | Казахстан | 1,87       | 12,6      | 2         |
| 3  | Кухня великолепного века    | 7 арна         | Казахстан | 1,84       | 13,4      | 9         |
| 4  | Поле чудес                  | 1-арна Евразия | Ресей     | 1,75       | 12,9      | 50        |
| 5  | Шаншар 30 жыл (каз)         | КТК            | Казахстан | 1,65       | 13,8      | 5         |
| 6  | Кинокухня. Великолепный век | 7 арна         | Казахстан | 1,56       | 11,8      | 12        |
| 7  | QosLike (каз)               | 1-арна Евразия | Казахстан | 1,49       | 29,8      | 254       |
| 8  | Уральские пельмени. Азбука  | НТК            | Ресей     | 1,45       | 11,0      | 4         |
| 9  | Точь-в-точь                 | 1-арна Евразия | Ресей     | 1,21       | 9,4       | 3         |
| 10 | Лучше всех                  | 1-арна Евразия | Ресей     | 1,05       | 6,9       | 3         |

Қазақтілді емес аудиторияда ойын-сауық бағдарламаларының ТОП құрылымы негізінен ресейлік форматтардың есебінен қалыптасады. Көшбасшы орындарды «Поле чудес», «Голосащий КИВИН», «Точь-в-точь», сондай-ақ «Уральские пельмени» және «Лучше всех» жобалары иеленеді.

Қазақстандық бағдарламалар да рейтингте кездеседі (әсіресе 7 арна жобалары және тревел-формат «Орел & Решка. Казахи»). Алайда олардың үлесі аз болып, жалпы көрермен талғамының негізгі құрылымын қалыптастырмайды.

34-кесте. 2025 жылғы қазақтілді емес аудитория арасындағы ТОП-10 ойын-сауық бағдарламалар. Дереккөз: K-Research Central Asia, TV Index; халқы 100 мыңнан асатын қалалар; аудитория – 6 жас және одан жоғары; қазақ тілінде сөйлемейтін көрермендер; көрсеткіштер: Rtg%, Share%, Broadcasts

| №  | Атауы                                      | Телеарна       | Ел        | Рейтинг, % | Көлемі, % | Шығу саны |
|----|--------------------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1  | Поле чудес                                 | 1-арна Евразия | Ресей     | 3,13       | 29,4      | 50        |
| 2  | Голосющий КИВИН-24                         | 1-арна Евразия | Ресей     | 2,95       | 25,6      | 3         |
| 3  | Точь-в-точь                                | 1-арна Евразия | Ресей     | 2,86       | 31,3      | 3         |
| 4  | Уральские пельмени. Дело пахнет мандарином | НТК            | Ресей     | 2,67       | 15,9      | 1         |
| 5  | Лучше всех                                 | 1-арна Евразия | Ресей     | 2,37       | 19,7      | 3         |
| 6  | Кинокухня. Великолепный век                | 7 арна         | Казахстан | 2,01       | 20,4      | 12        |
| 7  | Кухня великолепного века                   | 7 арна         | Казахстан | 1,83       | 19,9      | 9         |
| 8  | Уральские пельмени. Азбука                 | НТК            | Ресей     | 1,46       | 16,7      | 4         |
| 9  | Орел & Решка. Казахи. Венеция              | 7 арна         | Казахстан | 1,09       | 14,2      | 2         |
| 10 | Игра в кино                                | МИР            | Ресей     | 1,08       | 11,5      | 241       |

Осылайша, Қазақстандағы қарым-қатынас тілі медиатұтыну құрылымына айтарлықтай әсер етеді, алайда бұл айырмашылықтар базалық жанрлық талғам деңгейінде емес, нақты контентті таңдауда көрініс табады.

Сериалдар, фильмдер және ойын-сауық бағдарламалары екі аудитория үшін де негізгі жанр болып қала береді. Бірақ осы жанрлардың ішінде тұтыну модельдері әртүрлі қалыптасады. Қазақтілді аудитория жергілікті жобаларды, түрік сериалдарын және шетелдік фильмдерді үйлестіре отырып, контент таңдауда анағұрлым әртараптанған тәсіл көрсетеді. Ал қазақша емес аудиторияда ресейлік контентке айқын басымдық берілген, ол сериалдар, ойын-сауық және кино форматтарының негізгі құрылымын қалыптастырады.

Ең айқын айырмашылықтар ойын-сауық сегментінде байқалады. Мәселен, қазақтілді көрермендер ұлттық мәдени контексті бейнелейтін жергілікті форматтарды таңдаса, қазақша емес аудитория ресейлік шоулар мен қалыптасқан танымал ойын-сауық брендтеріне көбірек сүйенеді.

Жалпы алғанда, тіл факторы жанрды таңдаудан гөрі контенттің өзін таңдауға көбірек әсер етеді. Бұл – телебағдарламаларды жоспарлау және түрлі аудиторияларға бейімдеу кезінде маңызды ескерілуі тиіс фактор.

## 3.2. Танымал қазақстандық бағдарламаларға шолу

### Qoslike

қарым-қатынас пен танысуға арналған  
реалити-шоу

**Телеарна:** 1-арна Евразия

**Жанр:** ойын-сауық бағдарламасы

**Трансляция уақыты:** дүйсенбі-жұма 14:30-18:30



#### Сипаттама

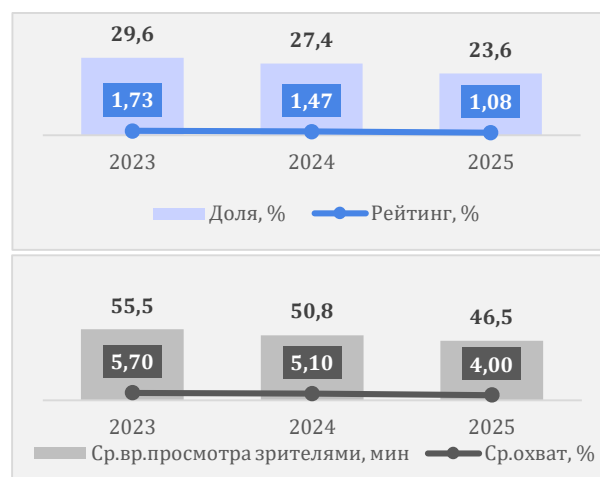
Бағдарламаның негізгі бағыты – қатысушылар арасындағы романтикалық қарым-қатынастарды дамыту. Көрермендер танысу кезеңдерін, кездесулерді және қарым-қатынастардың нақты уақыт режимінде өзгеруін бақылайды. Дауыс беру арқылы аудитория қатысушылардың тағдырына әсер етіп, жұптарды қолдап, негізгі шешімдерге қатыса алады.

Бағдарлама эфирде тұрақты орын алып, кең аудитория арасында танымалдылыққа ие. Жобаның көрсетілімі барысында «Qoslike» Қазақстандағы реалити-шоу жанрындағы ең танымал тележобалардың біріне айналды.

#### Аудиторлық көрсеткіштер

2025 жылы бағдарлама алдыңғы кезеңдермен салыстырғанда көрсеткіштердің төмендеуін көрсетеді. Үлесі 23,6%, рейтингі – 1,08%. Сонымен қатар орташа қарау уақыты мен аудитория қамтуының қысқаруы байқалады.

Осыған қарамастан, жоба эфирде тұрақты түрде көрсетіліп, күнделікті ойын-сауық бағдарламалары сегментіндегі ең көрнекті форматтардың бірі болып қала береді.

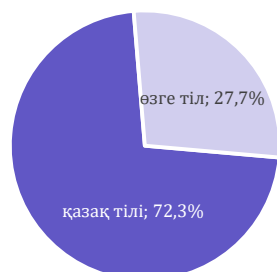
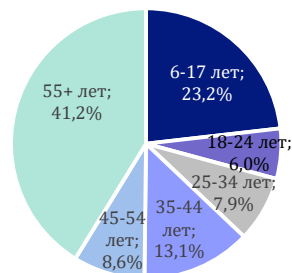


*K-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, көрсеткіштер: Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min].*

## Аудитория профилі

Аудитория профилінде әйелдердің басымдығы байқалады – 59,1%. Бағдарлама әртүрлі жас топтарындағы көрермендерді тартады – жастардан бастап егде жастағы аудиторияға дейін.

Әсіресе 6–17 жас аралығындағы балалар мен 55 жастан асқан көрермендер белсенді болып табылады, олар жалпы рейтингке ең жоғары үлес қосады.



«Qoslike» бағдарламасының аудиториясы негізінен қазақ ұлтының көрермендерінен тұрады. Олар жалпы көрермендердің 96,7%-ын құрайды. Сонымен қатар аудиторияның 72,3%-ы қарым-қатынас тілі ретінде қазақ тілін таңдайды.

Мұндай құрылым қазақтілді контентке тұрақты қызығушылықтың бар екенін көрсетеді және сонымен бірге екітілді көрермендердің де бар екенін айқындайды.

*K-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, TgSat%, 2025 жыл.*

«QosLike» бағдарламасы елдегі ең танымал тележобалардың бірі болып қала береді және Қазақстандағы романтикалық реалити-шоу жанрында айтарлықтай орын иеленуді жалғастыруда. Қатысушылардың шынайы эмоцияларын және көрермендердің белсенді қатысуын үйлестіретін бірегей формат кең аудиторияны тартуға және ұстап тұруға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар 2025 жылы көрсеткіштердің біршама төмендеуі байқалады, бұл форматтың белгілі бір деңгейде қанығуын немесе телетұтыну құрылымындағы жалпы өзгерістерді көрсетуі мүмкін.

# Қызық премия

танымал юморлық нөмірлерді,  
әртістердің өнер көрсетулерін және  
үздік жобаларды марапаттауды  
біріктіретін сыйлық рәсімі



**Телеарна:** Хабар

**Жанр:** ойын-сауық бағдарламасы

**Время трансляции:** 31 желтоқсан 20:00-22:00

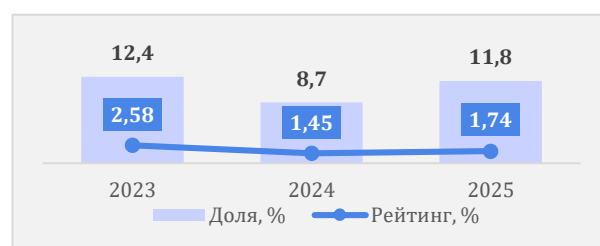
## Сипаттама

«Қызық премия» бағдарламасы ойын-сауық телевизиялық сыйлық, оның аясында юмор және көңіл көтеру контенті индустриясындағы жылдың қорытындысы шығарылады. Бағдарлама концерттік шоу, юморлық қойылымдар және марапаттау рәсімінің элементтерін біріктіреді. Эфирде танымал әртістердің өнер көрсетуі, комедиялық нөмірлер, сондай-ақ әртүрлі номинациялар бойынша жүлделерді табыстау ұсынылады. Жобаны телевизиялық күн тәртібіндегі маңызды оқиғалардың біріне айналдырады.

## Аудиторлық көрсеткіштер

2025 жылы бағдарлама 2024 жылмен салыстырғанда көрсеткіштердің өсуін көрсетеді: үлесі 11,8%-ға дейін, рейтингі – 1,74%-ға дейін артқан.

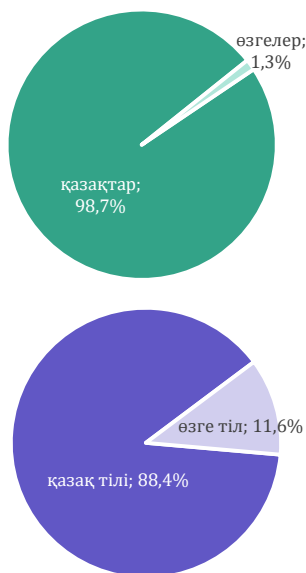
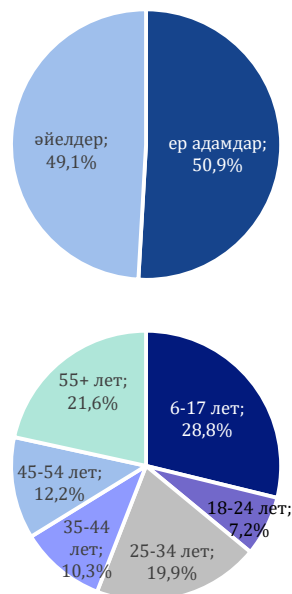
Бағдарламаның дәстүрлі түрде Жаңа жыл түні эфирге шығатынын ескеру маңызды, бұл оқиғалық және мерекелік форматтарға тән жоғары көрермен назарын және қамтуды қамтамасыз етеді.



К-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, көрсеткіштер: Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min].

## Аудитория профилі

Бағдарлама аудиториясы жыныс бойынша теңгерімді бөлінумен сипатталады. Бұл форматтың әмбебап тартымдылығын көрсетеді. Жоба кең жас ауқымын қамтиды, соның ішінде 6–17 жас аралығындағы жас көрермендер, 25–34 жастағы белсенді аудитория және 55 жастан асқан ересек тұрғындар айтарлықтай үлеске ие. Бұл Жаңа жылдық эфирдің отбасылық әрі біріктіруші сипатын айқындайды.



Аудитория құрылымында қазақ ұлтының өкілдері басым. Сондай-ақ қарым-қатынас тілі ретінде қазақ тілін таңдаған көрермендер де көп. Жалпы алғанда, аудитория профилі жобаның бір медиажоба аясында әртүрлі жас және әлеуметтік топтарды біріктіре алатынын көрсетеді.

*K-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, TgSat%, 2025 жыл.*

«Қызық премия» эфир кезінде аудиторияның жоғары қызығушылығын шоғырландыратын күшті оқиғалық жоба ретінде көрініс табады және ұлттық ойын-сауық контентіне тұрақты сұраныстың бар екенін көрсетеді. Бағдарламаның дәстүрлі түрде Жаңа жыл түні көрсетілуі оны әртүрлі жастағы көрермендерді біріктіретін мерекелік телевизиялық оқиға ретіндегі маңызын күшейтеді. Бұл жобаны тек танымал ойын-сауық өнімі ғана емес, сонымен қатар аудиторияның мәдени және медиатұтыну ерекшеліктерін бейнелейтін телевизиялық күн тәртібінің маңызды элементі ретінде айқындайды.

# Аллигатор

1943 жылы Алматыда диверсанттарға қарсы күрес туралы, нақты және шынайы оқиғаларға негізделген тарихи сериал



**Телеарна:** 1- арна Евразия

**Жанр:** детектив

## Сипаттама

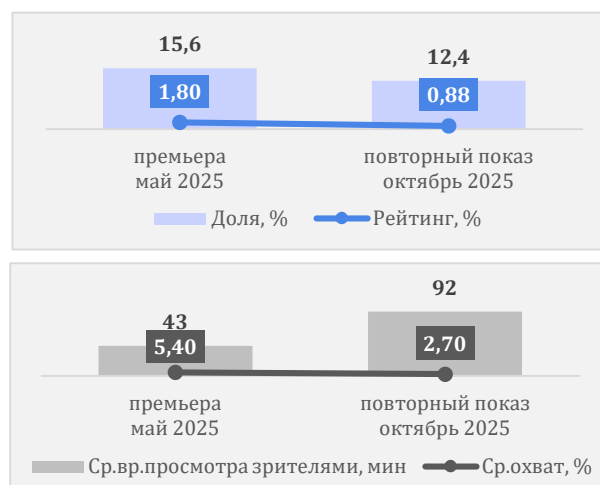
«Аллигатор» – нақты оқиғаларға және мұрағаттық материалдарға, соның ішінде құпиясыздандырылған құжаттарға негізделген тарихи сериал. Оқиға 1943 жылы Алма-Ата қаласында өрбиді, онда соғыс жағдайы мен эвакуацияланған зауыттардың жұмысы аясында қылмыстық белсенділік пен диверсиялық қауіп күшейеді.

Сюжеттің ортасында – Үшінші рейх агенттеріне қарсы күрес, сондай-ақ диверсиялардың алдын алу үшін әртүрлі қызметтердің өзара әрекеттесуі көрсетіледі.

## Аудиторлық көрсеткіштер

Сериалдың 2025 жылғы мамыр айындағы премьерасы қайта көрсетіліммен салыстырғанда жоғары нәтижелер көрсетті (үлесі – 15,6%, рейтингі – 1,80%). Ал қазан айындағы қайта көрсетілімде бұл көрсеткіштер төменірек болды (12,4% және 0,88%).

Сонымен қатар қайта көрсетілім кезінде орташа қарау уақытының

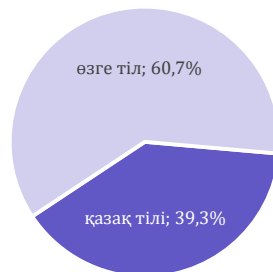
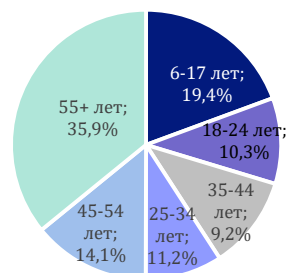


*K-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, көрсеткіштер: Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min].*

## Аудитория профилі

Сериал аудиториясы әйелдердің сәл басымдығымен сипатталады, алайда жалпы алғанда жыныстық құрам жеткілікті теңгерімді болып қала береді.

Жобаға негізгі қызығушылықты 55 жастан асқан көрермендер, сондай-ақ ересек жас топтары танытады. Бұл жағдай сериалдың жанрлық ерекшелігі мен тақырыптық мазмұнын көрсетеді.



Аудитория құрылымында қазақша емес көрермендердің үлесі жоғары екені байқалады. Бұл тарихи және детективтік мазмұнмен, сондай-ақ баяндау стилінің ерекшелігімен байланысты болуы мүмкін. Сонымен қатар аудиторияның елеулі бөлігін қазақтар құрайды, бұл жобаның кең ауқымды тартымдылығын көрсетеді.

Жалпы алғанда, аудитория профилі сюжеттік тұрғыдан күрделі, мазмұнға бай контентке ересек көрермендер тарапынан жоғары сұраныс бар екенін және жобаның әртүрлі тілдік аудиторияларды тарта алатынын көрсетеді.

*K-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, TgSat%, 2025 жыл.*

«Аллигатор» сериалы премьера кезеңінде аудиторияның жоғары қызығушылығын көрсетіп, кейінгі көрсетілімдер барысында да көрермен тарту деңгейін сақтайды. Жоба өзге бағдарламалармен салыстырғанда неғұрлым күрделі тақырыбы мен тарихи контексті арқылы ерекшеленеді, бұл ересек аудиторияны тартуға және телевизиялық контенттің жанрлық әртүрлілігін кеңейтуге мүмкіндік береді.

Сериалға деген қызығушылық сюжеті бай, детектив пен драма элементтері үйлескен жобаларға сұраныстың бар екенін растайды, сондай-ақ тарихи форматтардың қазіргі телебағдарламалар құрылымындағы әлеуетін көрсетеді.

# Патруль

патрульдік полиция қызметкерлерінің күнделікті жұмысы, қызметтік жағдайлары және жеке қарым-қатынастары туралы комедиялық сериал

**Телеканал:** НТК

**Жанр:** комедия



## Сипаттама

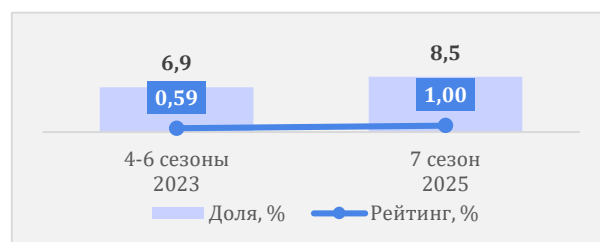
Сериал патрульдік полиция қызметкерлерінің жұмысы туралы баяндайды. Олар күн сайын қала көшелерінде түрлі жағдайларға тап болады – ұсақ құқық бұзушылықтардан бастап неғұрлым күрделі оқиғаларға дейін.

Сюжеттің ортасында тек олардың қызметтік міндеттері ғана емес, сонымен қатар жеке қарым-қатынастары, достығы және ұжым ішіндегі өзара әрекеттесуі көрсетіледі. Әрбір бөлімде кейіпкерлер кездесетін жаңа оқиғалар мен сынақтар бейнеленіп, әзіл элементтері күнделікті өмірлік жағдайлармен ұштасады және қалалық өмірдің шынайы бейнесін көрсетеді.

## Аудиторлық көрсеткіштер

2025 жылы (7-маусым) сериал алдыңғы маусымдармен салыстырғанда көрсеткіштердің айтарлықтай өскенін көрсетеді: үлесі 8,5%-ға дейін, рейтингі – 1,0%-ға дейін артады, ал аудитория қамтуы шамамен екі есеге ұлғаяды.

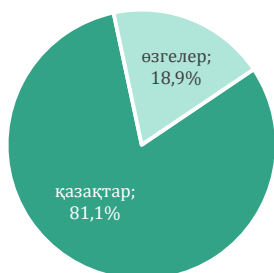
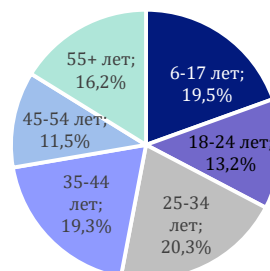
Сонымен қатар орташа қарау уақыты тұрақты деңгейде сақталады, бұл көрермендердің форматқа деген қызығушылығының сақталғанын білдіреді.



*К-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, көрсеткіштер: Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min]*

## Аудитория профілі

Сериал аудиториясы ерлердің аздаған басымдығымен сипатталады, бұл жобаны көптеген басқа сериалдардан ерекшелендіреді. Негізгі қызығушылықты 25–44 жас аралығындағы көрермендер танытады – бұл белсенді әрі әлеуметтік тұрғыдан етене араласқан аудитория, ол сериалдың тақырыбына және қалалық мазмұнына сәйкес келеді. Сонымен қатар жоба басқа жас топтарын да қамтиды, соның ішінде жастар мен егде көрермендер де бар, бұл оның әмбебаптығын көрсетеді.



Аудитория құрылымында қазақтар басым, сондай-ақ қарым-қатынас тілі ретінде қазақ тілін таңдайтын көрермендер де көп. Жалпы алғанда, аудитория профілі сериалдың кең, бірақ сонымен бірге белсендірек әрі динамикалық көрермендер тобына бағытталғанын көрсетеді.

*K-Research Central Asia деректері, TV Index, халқы 100 мыңнан асатын қалалар, 6 жас және одан жоғары аудитория, TgSat%, 2025 жыл*

«Патруль» сериалы жаңа маусымдарының шығуы есебінен эфирдегі позициясын тұрақты түрде нығайтып, оң динамика көрсетуде. Әзіл мен күнделікті өмірлік жағдайларды үйлестіретін жеңіл формат аудитория тарапынан тұрақты қызығушылықты қамтамасыз етіп, жобаны ойын-сауық контенті сегментінде сұранысқа ие етеді.

Көрсеткіштердің өсуі ұзаққа созылған сюжеттік желісі мен танымал кейіпкерлері бар сериалдардың өзектілігін сақтайтынын және жаңа аудиторияны тарта алатынын, сондай-ақ тележобалардың әртүрлі форматтары арасында бәсекеге қабілетті болып қала беретінін дәлелдейді.

## 4-тарау. Телеарнадағы жарнама

Тарау Қазақстандағы телевизиялық жарнама нарығын 2023–2025 жылдар аралығында талдауға арналған. Негізгі назар – нарықтың даму үрдістері, жарнама көлемі мен үлесінің өзгерістері, танымал форматтардың динамикасы, ірі жарнама берушілердің құрылымы және сұранысқа ие тауар санаттары. Сондай-ақ, жарнамалық белсенділіктің (GRP) телеарналар бойынша бөлінісі қарастырылады.

### 4.1. Телеарнадағы жарнаманың түрлері

Орталық Азия жарнама қауымдастығының (ЦАРА) деректеріне сәйкес, 2023 жылы барлық медиадағы жарнаманың жиынтық көлемі 113,5 млрд теңгені құрады. 2024 жылы бұл көрсеткіш 135,2 млрд теңгеге жетсе, 2025 жылдың қорытындысы бойынша 143 млрд теңгеге дейін өсіп, алдыңғы жылмен салыстырғанда 6%-ға артты.

Жарнамалық инвестициялар көлемі бойынша теледидар интернеттен кейінгі екінші орында тұр. 2025 жылдың қорытындысында теледидардың үлесіне жарнама нарығының 30%-ы тиесілі болса, интернет барлық жарнама бюджетінің 53%-ын шоғырландырды. Digital-сегмент қарқынды дамып келе жатқанына қарамастан, теледидар бұқаралық аудиторияны қамтудың тиімді құралы ретінде өз маңызын сақтап отыр.

Нарықтың жалпы өсуі аясында телевизиялық жарнама да оң динамика көрсетті және жаппай аудиторияны қамтудың маңызды арнасы болып қала берді. 2025 жылдың қорытындысы бойынша телевизиялық жарнама көлемі 3%-ға өсіп, 42,6 млрд теңгеге жетті. Теледидардағы жарнамаға сұраныс әсіресе фармацевтика, алкогольсіз сусындар, банк және қаржы қызметтері, сондай-ақ тұрмыстық техника мен кондитерлік өнімдер санаттарында жоғары болды. Сонымен қатар, Yandex, Ozon, OLX және басқа да digital-компаниялардың теледидардағы белсенділігі айтарлықтай артты. Бұл онлайн және офлайн маркетингтік стратегиялардың өзара ықпалдасуын көрсетеді.

Телевизиялық жарнаманың тиімділігі аудиторияны кеңінен қамтуымен ғана емес, сонымен қатар жарнамалық форматтардың алуан түрлілігімен де қамтамасыз етіледі. Қазақстандық телеарналар жарнама берушілерге брендтің танымалдылығын арттырудан бастап, нақты тауарлар мен қызметтерді ілгерілетуге дейінгі түрлі коммуникациялық міндеттерді шешуге мүмкіндік беретін кең ауқымды жарнама құралдарын ұсынады.

Қазақстандық теледидарда ұсынылатын ең кең таралған жарнама түрлерін қарастырайық:

- **Бейнеролик (ролик)** – классикалық және ең кең таралған формат. Бұл орташа ұзақтығы 10–30 секунд болатын қысқа видеосюжеттер, олар бағдарламалар арасындағы үзілістерде немесе бағдарламалық блоктардың ішінде көрсетіледі. Жаппай таңдау түсетін әрі танымал формат.

- **Спонсорлық ролик** – нақты бір телебағдарламамен байланысты 10–20 секундтық жарнамалық видеоролик. Әдетте бағдарламаға дейін немесе кейін көрсетіледі. Негізгі ерекшелігі – контентпен тікелей байланысы.

- **Динамикалық заставка** – негізгі контенттің үстіне қойылатын графикалық немесе видеэлемент. Ол қозғалып, өзгеріп, дыбыспен сүйемелденуі мүмкін. Әдетте телебағдарламаның басында, соңында немесе эфир барысында қысқа уақытқа (2–5 секунд) көрсетіледі.

- **Титр-хабарлама** – экранның төменгі немесе басқа бөлігінде орналастырылатын мәтіндік хабарлама. Ол жарнамалық немесе ақпараттық сипатта болуы мүмкін. Титрлерде көрсетіледі, бірақ ролик немесе плашка сияқты визуалды безендіруге ие емес.

- **Әлеуметтік жарнама** – қоғамдық маңызы бар идеяларды, мінез-құлық үлгілерін және құндылықтарды насихаттауға бағытталған формат. Әдетте мемлекеттік құрылымдар арқылы денсаулық, қауіпсіздік, адам құқықтары, экология және т.б. маңызды тақырыптар бойынша жасалады.

- **Саяси жарнама** – сайлау науқандары кезінде кандидаттарды, партияларды немесе бастамаларды жарнамалау. Видеороликтер, үндеулер, сұхбаттар, ұрандар түрінде болуы мүмкін. Қоғамдық пікір қалыптастыруға және үгіт-насихатқа бағытталған.

- **Видеобаннер** – телебағдарлама барысында экранға қабаттасып көрсетілетін қысқа видеосюжет (кейде дыбыссыз). Логотипті, қысқа хабарламаны немесе анимацияны қамтуы мүмкін. Әдетте шағын форматта болады.

- **Телемагазиндер** – тауарларды толық таныстыру және сатуға арналған толыққанды телебағдарламалар түріндегі жарнамалық формат.

- **Эфирді үзу** – тікелей эфир немесе бағдарламаның ортасында күтпеген қысқа жарнамалық үзілістің берілуі (көбінесе жедел, эксклюзивті немесе спонсорлық жарнама үшін).

- **Промо-рамка** – экрандағы бейнені қоршап тұратын графикалық жиектеме. Оның ішінде жарнамалық немесе промо-элементтер орналасады. Логотип, ұран, акция туралы ақпарат болуы мүмкін. Көруге кедергі келтірмейді, бірақ үнемі көрініп тұрады.

- **Динамикалық плашка** – эфир барысында экранның төменгі немесе бүйір бөлігінде пайда болатын анимацияланған жарнамалық жолақ. Қозғалыста болады және қысқа мәтін, логотип, телефон нөмірін қамтуы мүмкін.

- **Брендтелген анонс** – нақты бренд стилінде безендірілген телебағдарлама немесе оқиға анонсы. Бренд логотипі, фирмалық түстері, ұраны және басқа да айырым белгілерін қамтуы мүмкін.

Осылайша, теледидар – кең аудиториямен коммуникация орнатудың негізгі арналарының бірі. Жарнама форматтарының әртүрлілігі брендтерге өз стратегияларын икемді түрде құруға мүмкіндік береді, ал эфир уақытының жоғары толымдылығы жарнама берушілер тарапынан тұрақты сұраныстың бар екенін көрсетеді.

## 4.2. Топ 20 жарнама беруші

Ірі халықаралық және жергілікті брендтер теледидарды өз коммуникациялық стратегияларында белсенді түрде қолданады. 2023–2025 жылдар аралығындағы ТОП-20 жарнама беруші деректері медиа тұтыну мінез-құлқындағы өзгерістерді, салалық құрылымның трансформациясын және нарықтағы жекелеген ойыншылардың рөлін бағалауға мүмкіндік береді.

2023 жылы көшбасшы орынды Coca-Cola Almaty Bottlers иеленіп, оның үлесі 8,2% (жалпы ТВ-жарнама бюджетінің үлесі) болды. Одан кейін Procter & Gamble және Nestle компаниялары орналасты. Топ құрылымы негізінен FMCG сегментіндегі компаниялармен – азық-түлік, сусындар және күнделікті тұтыну тауарларын өндірушілермен қалыптасты. Негізгі ойыншылар қатарында Ferrero, L'Oréal/Garnier, Unilever және Pepsico Қазақстан да бар, бұл жарнама берушілердің жаппай тұтыну санаттарына тұрақты бағытталғанын көрсетеді.

Фармацевтикалық сектор эфирде айтарлықтай үлесін сақтап қалды. Олардың қатарында Sanofi-Aventis Kazakhstan, SANTO, ABBOTT және Sandoz Pharmaceuticals D.D. сияқты компаниялар бар, бұл медициналық тауарларды ілгерілетуге жоғары сұраныстың бар екенін білдіреді. Ал қаржы секторы шектеулі түрде ұсынылды – негізгі ірі ойыншы ретінде Kaspi Bank көрініп, 8-орынға ие болып, 3,3% үлес көрсетті.

35-кесте. ТОП-20 жарнама берушілер, 2023 жыл. Деректер: K-Research Central Asia, TV Index, халқы 100 000+ асатын қалалар, 6+ жас аудитория, шығын (Cost)

| №  | Жарнама беруші             | Теледидар жарнамасының жалпы бюджетінің пайыздық үлесі. |
|----|----------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1  | Coca-Cola Almaty Bottlers  | 8,2%                                                    |
| 2  | Procter & Gamble           | 6,7%                                                    |
| 3  | Nestle                     | 4,7%                                                    |
| 4  | RG Brands                  | 4,3%                                                    |
| 5  | Ferrero                    | 3,9%                                                    |
| 6  | L'Oreal/Garnier            | 3,9%                                                    |
| 7  | Unilever                   | 3,6%                                                    |
| 8  | Kaspi bank                 | 3,3%                                                    |
| 9  | Pepsico Қазақстан          | 3,3%                                                    |
| 10 | Mars                       | 3,2%                                                    |
| 11 | FoodMaster                 | 2,6%                                                    |
| 12 | Санофи-Авентис Қазақстан   | 2,2%                                                    |
| 13 | Henkel / Schwarzkopf       | 2,2%                                                    |
| 14 | Wimm-Bill-Dann             | 2,0%                                                    |
| 15 | ABBOTT                     | 1,8%                                                    |
| 16 | Мон'дэлис Қазақстан        | 1,7%                                                    |
| 17 | SANTO                      | 1,6%                                                    |
| 18 | Tele 2 Kazakhstan          | 1,4%                                                    |
| 19 | Сандоз Фармасьютикалс Д.Д. | 1,4%                                                    |
| 20 | Danone                     | 1,3%                                                    |

2024 жыл салыстырмалы түрде көшбасшы позициялардың тұрақтылығымен ерекшеленді, бірақ сонымен қатар жаңа ойыншылардың пайда болуы және бұрынғы брендтердің ығысуымен сипатталды. Coca-Cola Almaty Bottlers бірінші орынды сақтап, 7,0% үлес көрсетті, одан кейін Procter & Gamble және Nestle орналасты.

Айтарлықтай өсімді Kaspi bank көрсетті – ол 4-орынға көтерілді.

Ең маңызды құрылымдық өзгерістердің бірі – фармацевтикалық компания Stada CIS Kazakhstan-ның (3,8%) ТОП-10-ға кіруі болды. Бұған дейін бұл бренд ірі жарнама берушілер қатарында болмаған. Бұл фармацевтикалық сегменттің телевизиялық қамтуға деген қызығушылығының артып келе жатқанын көрсетеді.

Сондай-ақ ондыққа FoodMaster кіріп, 2023 жылмен салыстырғанда өз позициясын нығайтты. Рейтинге жаңа ойыншы ретінде Яндекс пайда болды. Ол digital-платформалардың теледидардағы тұрақты және жүйелі қатысуын көрсетеді.

Ал ТОП-10-нан бұрын тұрақты түрде қатысып келген L'Oréal/Garnier, Unilever, Sanofi сияқты ірі ойыншылар шығып қалды. Бұл жағдай бюджеттердің digital-арналарға қайта бөлінуін немесе науқандық стратегиялардың маусымдық өзгерістерін білдіруі мүмкін.

36-кесте. ТОП-20 жарнама берушілер, 2024 жыл. Деректер: K-Research Central Asia, TV Index, халқы 100 000+ асатын қалалар, 6+ жас аудитория, шығын (Cost)

| №  | Жарнама беруші            | Теледидар жарнамасының жалпы бюджетінің пайыздық үлесі. |
|----|---------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1  | Coca-Cola Almaty Bottlers | 7,0%                                                    |
| 2  | Procter & Gamble          | 6,6%                                                    |
| 3  | Nestle                    | 4,9%                                                    |
| 4  | Kaspi bank                | 4,7%                                                    |
| 5  | RG Brands                 | 4,4%                                                    |
| 6  | Stada CIS Kazakhstan      | 3,8%                                                    |
| 7  | Ferrero                   | 3,6%                                                    |
| 8  | Mars                      | 2,9%                                                    |
| 9  | Pepsico Қазақстан         | 2,8%                                                    |
| 10 | FoodMaster                | 2,8%                                                    |
| 11 | Unilever                  | 2,6%                                                    |
| 12 | Яндекс                    | 2,5%                                                    |
| 13 | SANTO                     | 2,3%                                                    |
| 14 | Henkel / Schwarzkopf      | 2,2%                                                    |
| 15 | Wimm-Bill-Dann            | 1,8%                                                    |
| 16 | L'Oreal / Garnier         | 1,7%                                                    |
| 17 | Сандоз Фармациятқалс Д.Д. | 1,5%                                                    |
| 18 | Мон'дэлис Қазақстан       | 1,5%                                                    |
| 19 | Colgate-Palmolive         | 1,4%                                                    |
| 20 | ALTEL                     | 1,4%                                                    |

2025 жылы ірі жарнама берушілер құрылымы айтарлықтай өзгерістерге ұшырайды. Көшбасшы орынды Nestle иеленіп, 8,0% үлеспен Coca-Cola Almaty Bottlers-тен (7,9%) және RG Brands-дан (7,4%) сәл озады.

ТОП-5 құрамына сондай-ақ Procter & Gamble және Stada CIS Kazakhstan кіреді, бұл FMCG және фармацевтикалық сегменттердің тұрақты түрде жоғары үлесін сақтап отырғанын көрсетеді.

Қаржы секторы да маңызды рөлін жалғастыруда: Kaspi Bank жоғары позицияларын сақтап, 4,3% көрсеткішпен тұрақты телевизиялық стратегиясын дәлелдейді.

Сонымен қатар digital-компаниялардың қатысуы күшейе түсуде – рейтингке Ozon Marketplace Kazakhstan және Яндекс кіреді. Бұл онлайн және офлайн арналарды біртұтас стратегия аясында белсенді пайдаланудың артып келе жатқанын көрсетеді.

37-кесте. ТОП-20 жарнама берушілер, 2025 жыл. Деректер: K-Research Central Asia, TV Index, халқы 100 000+ асатын қалалар, 6+ жас аудитория, шығын (Cost)

| № | Жарнама беруші            | Теледидар жарнамасының жалпы бюджетінің пайыздық үлесі |
|---|---------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1 | Nestle                    | 8,0%                                                   |
| 2 | Coca-Cola Almaty Bottlers | 7,9%                                                   |

| №  | Жарнама беруші             | Теледидар жарнамасының жалпы бюджетінің пайыздық үлесі |
|----|----------------------------|--------------------------------------------------------|
| 3  | RG Brands                  | 7,4%                                                   |
| 4  | Procter & Gamble           | 6,5%                                                   |
| 5  | Stada CIS Қазақстан        | 4,3%                                                   |
| 6  | Kaspi Bank                 | 4,3%                                                   |
| 7  | FoodMaster                 | 3,8%                                                   |
| 8  | Озон Маркетплейс Қазақстан | 2,6%                                                   |
| 9  | L'oreal/Garnier            | 2,6%                                                   |
| 10 | Danone                     | 2,1%                                                   |
| 11 | Santo                      | 2,0%                                                   |
| 12 | Mars                       | 2,0%                                                   |
| 13 | Байер КАЗ                  | 1,9%                                                   |
| 14 | Ferrero                    | 1,9%                                                   |
| 15 | Unilever                   | 1,7%                                                   |
| 16 | Pepsico Қазақстан          | 1,7%                                                   |
| 17 | Colgate-Palmolive          | 1,5%                                                   |
| 18 | KAR-TEL                    | 1,4%                                                   |
| 19 | Яндекс                     | 1,3%                                                   |
| 20 | Якобз Қазақстан            | 1,3%                                                   |

Жалпы 2023–2025 жылдар аралығында теледидардағы ірі жарнама берушілер құрылымы салыстырмалы түрде тұрақты болып қала берді: негізгі орындарды FMCG сегментіндегі компаниялар, яғни азық-түлік өнімдерін, сусындарды және күнделікті тұтыну тауарларын өндірушілер иеленеді.

Сонымен қатар жарнама берушілер құрамының басқа салалар есебінен біртіндеп кеңеюі байқалады. Фармацевтикалық компаниялардың, қаржы секторының, сондай-ақ теледидарды өз коммуникацияларында барған сайын белсенді түрде қолданатын digital-ойыншылардың позициясы күшейіп келеді.

2025 жылы көшбасшының өзгеруі және топ ішіндегі үлестердің қайта бөлінуі ірі жарнама берушілер арасындағы бәсекелестіктің артуын және жарнама бюджеттерінің анағұрлым икемді бөлінуін көрсетеді.

Осылайша, теледидар маңызды ілгерілету арнасы болып қала береді және дәстүрлі FMCG-брендтер үшін де, жаңа санаттағы жарнама берушілер үшін де тартымдылығын сақтап отыр.

### 4.3. Тауарлық санаттардың ТОП-10 көрсеткіші

Қазақстандағы теледидар жарнамасы нарығы белсенді әрі тауарлар мен қызметтерді ілгерілетуде маңызды рөл атқарады. 2023–2025 жылдар аралығындағы ТОП-10 тауарлық санаттарға жасалған талдау жарнамалық белсенділік құрылымындағы өзгерістерді бақылауға және инвестициялардың негізгі бағыттарын анықтауға мүмкіндік береді.

2023 жылы жарнамалық жарияланымдардың ең үлкен үлесін «Медицина және фармацевтика» санаты (22%) иеленді, бұл медициналық тауарларды ілгерілетуге деген жоғары сұранысты көрсетеді. Екінші орынды «Азық-түлік өнімдері» (19%)

алды, одан кейін «Алкогольсіз сусындар» (14%) және «Қызметтер» (13%) орналасты. Сондай-ақ «Парфюмерия, косметика және жеке гигиена» және «Есептеу және көшіру техникасы, бағдарламалық жасақтама» санаттары да айтарлықтай үлеске ие болды. Жалпы алғанда, санаттар құрылымы күнделікті тұтыну тауарлары мен негізгі қызметтер айналасына шоғырланды.

38-кесте. 2023 жылғы тауарлық санаттардың ТОП-10 көрсеткіші. Дереккөз: K-Research Central Asia: TV Index, халқы 100 000-нан асатын қалалар, 6+ жас аудитория, жарнамалық шығулар (Insertions)

| №  | Категория                               | Жалпы эфирге шығу санының үлесі. | Шығу саны | Бюджет (АҚШ долларымен, ҚҚС қоса есептегенде). |
|----|-----------------------------------------|----------------------------------|-----------|------------------------------------------------|
| 1  | МЕДИЦИНА, ФАРМАЦЕВТИКА                  | 22%                              | 1 133 284 | 175 788 723                                    |
| 2  | АЗЫҚ-ТҮЛІК                              | 19%                              | 983 664   | 210 555 372                                    |
| 3  | АЛКОГОЛЬСІЗ ӨНІМДЕР                     | 14%                              | 725 680   | 126 216 034                                    |
| 4  | ҚЫЗМЕТ                                  | 13%                              | 701 898   | 174 609 329                                    |
| 5  | ПАРФЮМЕРИЯ, КОСМЕТИКА МЕН ГИГИЕНА       | 10%                              | 496 255   | 98 304 199                                     |
| 6  | ЕСЕПТЕУ ЖӘНЕ КӨШІРУ ТЕХНИКАСЫ, SOFTWARE | 6%                               | 317 169   | 92 597 896                                     |
| 7  | ТҰРМЫСТЫҚ ЖӘНЕ ӨНЕРКӘСІПТІК ХИМИЯ       | 3%                               | 165 441   | 36 058 258                                     |
| 8  | МӘДЕНИ-КӨРІНІСТІК ІС-ШАРАЛАР            | 3%                               | 146 188   | 32 374 193                                     |
| 9  | АТАУЫ: ТАҒАМ ӨНІМДЕРІ                   | 1%                               | 65 886    | 13 234 107                                     |
| 10 | ЖАНУАРЛАР МЕН ӨСІМДІКТЕР                | 1%                               | 61 486    | 11 606 021                                     |

2024 жылы көшбасшы өзгереді: бірінші орынға «Азық-түлік өнімдері» (21%) шығып, «Медицина және фармацевтикадан» (19%) озады. «Қызметтер» өз позицияларын нығайтады (15%), ал «Алкогольсіз сусындар» айтарлықтай үлесін сақтап қалады (13%). Санаттар құрылымында әртүрлілік артып, технологиялық және нишалық бағыттардың өсуі байқалады.

39-кесте. 2024 жылғы тауарлық санаттардың ТОП-10 көрсеткіші. Дереккөз: K-Research Central Asia: TV Index, халқы 100 000-нан асатын қалалар, 6+ жас аудитория, жарнамалық шығулар (Insertions)

| №  | Категория                               | Жалпы эфирге шығу санының үлесі. | Шығу саны | Бюджет (АҚШ долларымен, ҚҚС қоса есептегенде). |
|----|-----------------------------------------|----------------------------------|-----------|------------------------------------------------|
| 1  | АЗЫҚ-ТҮЛІК                              | 21%                              | 1 514 305 | 106 688 782                                    |
| 2  | МЕДИЦИНА МЕН ФАРМАЦЕВТИКА               | 19%                              | 1 352 810 | 78 480 614                                     |
| 3  | ҚЫЗМЕТТЕР                               | 15%                              | 1 053 830 | 73 451 489                                     |
| 4  | АЛКОГОЛЬСІЗ ӨНІМДЕР                     | 13%                              | 919 646   | 77 713 509                                     |
| 5  | ЕСЕПТЕУ ЖӘНЕ КӨШІРУ ТЕХНИКАСЫ, SOFTWARE | 7%                               | 536 078   | 39 871 217                                     |
| 6  | ПАРФЮМЕРИЯ, КОСМЕТИКА МЕН ЖЕКЕ ГИГИЕНА  | 7%                               | 504 451   | 61 185 862                                     |
| 7  | ТҰРМЫСТЫҚ ЖӘНЕ ӨНЕРКӘСІПТІК ХИМИЯ       | 4%                               | 266 042   | 34 508 217                                     |
| 8  | МӘДЕНИ-КӨРІНІСТІК ІС-ШАРАЛАР            | 3%                               | 218 003   | 23 913 131                                     |
| 9  | ЖАНУАРЛАР МЕН ӨСІМДІКТЕР                | 2%                               | 123 089   | 7 786 360                                      |
| 10 | ТҰРМЫСТЫҚ ТЕХНИКА                       | 1%                               | 85 223    | 4 774 156                                      |

2025 жылы «Азық-түлік өнімдері» көшбасшылығын күшейтіп (24%), жарнама берушілердің жаппай тұтыну санаттарына деген тұрақты қызығушылығын растайды. «Медицина және фармацевтика» екінші орынды иеленеді (20%), ол нарықтың негізгі драйверлерінің бірі болып қала береді. «Алкогольсіз сусындар» (19%) және «Қызметтер» (18%) жарнамалық шығулардың елеулі үлесін сақтап отыр.

Сондай-ақ «Парфюмерия, косметика және жеке гигиена» және «Есептеу және көшіру техникасы, бағдарламалық жасақтама» (әрқайсысы 10%) санаттары да маңызды рөл атқарады, бұл өзін-өзі күту және технологиялық сегменттердегі бәсекелестіктің артуын көрсетеді. Кіші санаттар да өз қатысуын сақтап, жарнама нарығының құрылымын неғұрлым әртараптандырылған етеді.

40-кесте. 2025 жылғы тауарлық санаттардың ТОП-10 көрсеткіші. Дереккөз: K-Research Central Asia: TV Index, халқы 100 000-нан асатын қалалар, 6+ жас аудитория, жарнамалық шығулар (Insertions)

| №  | Категория                               | Жалпы эфирге шығу санының үлесі. | Шығу саны | Бюджет (АҚШ долларымен, ҚҚС қоса есептегенде). |
|----|-----------------------------------------|----------------------------------|-----------|------------------------------------------------|
| 1  | АЗЫҚ-ТҮЛІК                              | 24%                              | 1 902 981 | 153 344 114                                    |
| 2  | МЕДИЦИНА МЕН ФАРМАЦЕВТИКА               | 20%                              | 1 602 095 | 114 228 647                                    |
| 3  | АЛКОГОЛЬСІЗ СУСЫНДАР                    | 19%                              | 1 497 001 | 128 091 217                                    |
| 4  | ҚЫЗМЕТТЕР                               | 18%                              | 1 442 579 | 116 299 638                                    |
| 5  | ПАРФЮМЕРИЯ, КОСМЕТИКА МЕН ЖЕКЕ ГИГИЕНА  | 10%                              | 763 839   | 69 905 123                                     |
| 6  | ЕСЕПТЕУ ЖӘНЕ КӨШІРУ ТЕХНИКАСЫ, SOFTWARE | 10%                              | 761 487   | 49 413 002                                     |
| 7  | ТҰРМЫСТЫҚ ЖӘНЕ ӨНЕРКӘСІПТІК ХИМИЯ       | 5%                               | 362 140   | 32 297 154                                     |
| 8  | АТАУЫ: ТАҒАМ ӨНІМДЕРІ                   | 2%                               | 187 765   | 17 391 826                                     |
| 9  | АТАУЫ: АЛКОГОЛЬСІЗ СУСЫНДАР             | 2%                               | 143 728   | 9 473 306                                      |
| 10 | ЖАНУАРЛАР МЕН ӨСІМДІКТЕР                | 2%                               | 140 599   | 12 778 674                                     |

Жалпы 2023–2025 жылдар аралығында теледидар жарнамасындағы тауарлық санаттар құрылымы айтарлықтай күрт өзгерістерге ұшыраған жоқ. Негізгі орындарды азық-түлік өнімдері, фармацевтика, сусындар және қызметтер иеленеді.

Сонымен қатар азық-түлік өнімдеріне қарай біртіндеп басымдықтың ауысуы байқалады, бұл санат алдыңғы орынға шығып, өз позициясын күшейтіп келеді. Бір мезетте фармацевтикалық сегменттің жоғары белсенділік деңгейі сақталуда.

Сондай-ақ технологиялар, косметика және сервистік бағыттар есебінен санаттар ауқымының кеңеюі байқалады. Бұл бәсекелестіктің артуын және теледидардың әртүрлі секторлар тарапынан белсендірек қолданылуын көрсетеді.

Осылайша, теледидар жарнамасы кең аудиторияны қамтуды қамтамасыз ететін жаппай тұтыну санаттары айналасында шоғырлануын жалғастырып, сонымен қатар жарнамаланатын тауарлар мен қызметтер шеңберін кеңейтіп келеді.

#### 4.4. Телеарналар бөлінісіндегі GRP көлемі

GRP (Gross Rating Point) – теледидардағы жарнаманың тиімділігін бағалаудағы негізгі көрсеткіштердің бірі. Ол мақсатты аудиторияның пайызымен өлшенетін

жалпы жарнамалық қамтуды көрсетеді. Қарапайым тілмен айтқанда, GRP жарнаманың қанша рет ықтимал түрде көрілгенін білдіреді. Мысалы, аудиторияның 100%-ы жарнаманы бір рет көрсе – бұл 100 GRP болады, ал 50% екі рет көрсе – бұл да 100 GRP-ке тең. GRP мәні неғұрлым жоғары болса, жарнаманың қарқындылығы соғұрлым жоғары және бренд хабарламасының аудиторияға жету ықтималдығы арта түседі.

GRP 30 – 30 секундтық жарнамалық шығулар негізінде есептелетін жинақталған көрсеткіш. Ол – индустриядағы стандартты өлшем бірлігі. GRP талдауы тек жарнама шығуларын ғана емес, оның теледидардағы нақты қатысуын, аудитория мен эфир уақытының ерекшеліктерін ескере отырып бағалауға мүмкіндік береді. Төменде 2023–2025 жылдар аралығындағы қазақстандық телеарналар арасындағы GRP 30 көрсеткішінің бөлінісі берілген. Бұл жарнама берушілер үшін қай арналардың ең сұранысқа ие болғанын және нарықтағы жағдайдың қалай өзгергенін түсінуге мүмкіндік береді.

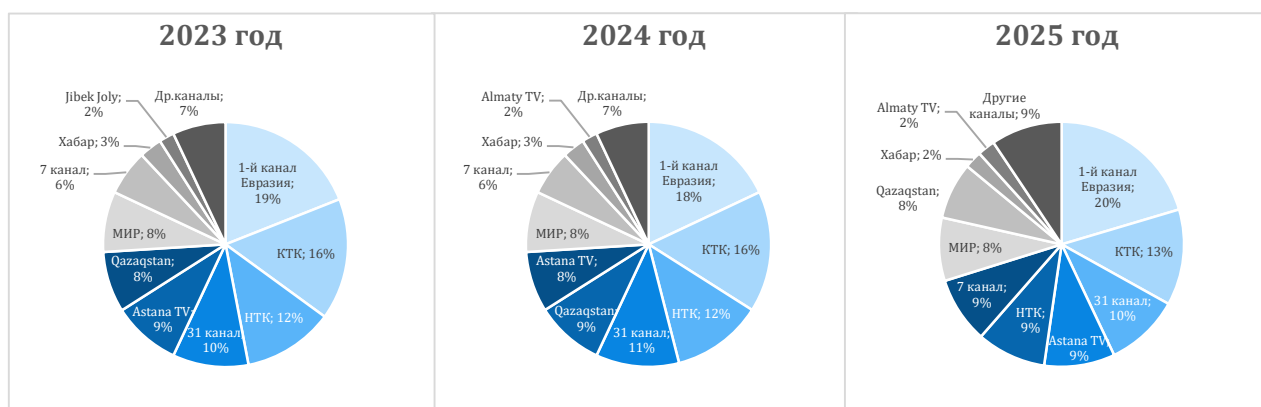
2023 жылы жетекші орынды «Еуразия бірінші арнасы» шамамен 19% үлеспен иеленді, одан кейін КТК және НТК орналасты. 31 арна, Astana TV, Qazaqstan және «Мир» арналар тобы орта сегментте ұқсас мәндер көрсетіп, бәсекелі орта қалыптастырды.

2024 жыл бірқатар қызықты өзгерістермен ерекшеленді. «Еуразия бірінші арнасында» GRP үлесінің 18%-ға дейін төмендеуі байқалды. Соған қарамастан, арна көшбасшылық орнын сақтап қалды. Бұл бәсекелестіктің күшеюін және жарнама бюджеттерінің қайта бөлінуін көрсетуі мүмкін. КТК екінші орынды, ал НТК үшінші орынды сақтап қалды. Қалған телеарналар да шамамен бұрынғы позицияларын сақтап, 31 арна, Astana TV, Qazaqstan және «Мир» 8–11% диапазонында тұрды, ал «7 арна» 6% үлесті сақтады.

2025 жылы «Еуразия бірінші арнасы» өз позициясын күшейтіп, үлесін 20%-ға дейін арттырып, негізгі жарнама орналастыру арнасы болып қала береді. КТК екінші орынды иеленді (13%), алайда көшбасшымен арадағы айырмашылық айтарлықтай болып қалды.

31 арна (10%), Astana TV (9%), НТК (9%), 7 арна (9%), «Мир» (8%) және Qazaqstan (8%) арналары ұқсас көрсеткіштерді көрсетті. «Хабар» және Almaty TV арналарындағы GRP үлесі әрқайсысы 2%-ды құрады.

18-сурет. Телеарналар арасында GRP'30 көлемінің бөлінісі. Дереккөз: K-Research Central Asia: TV Index, халқы 100 000-нан асатын қалалар, 6+ жас аудитория, GRP'30



Жалпы 2023–2025 жылдар аралығында телеарналар бойынша GRP бөлінісінің құрылымы салыстырмалы түрде тұрақты болып қала береді: «Еуразия бірінші

арнасы» көшбасшы орынды иеленеді, ал КТК, НТК және 31 арна жарнаманы орналастыруға арналған негізгі алаңдардың қатарына кіреді.

Сонымен қатар үлестері ұқсас арналар арасындағы бәсекелестік күшейе түсуде. Бұл жарнама бюджеттерінің неғұрлым біркелкі бөлінуін және жарнама берушілердің алаңдарды таңдаудағы икемді тәсілін көрсетеді.

Осылайша, теледидар нарығы мықты көшбасшылардың сақталуымен қатар, қалған арналар арасындағы бәсекелестіктің артуымен сипатталады.

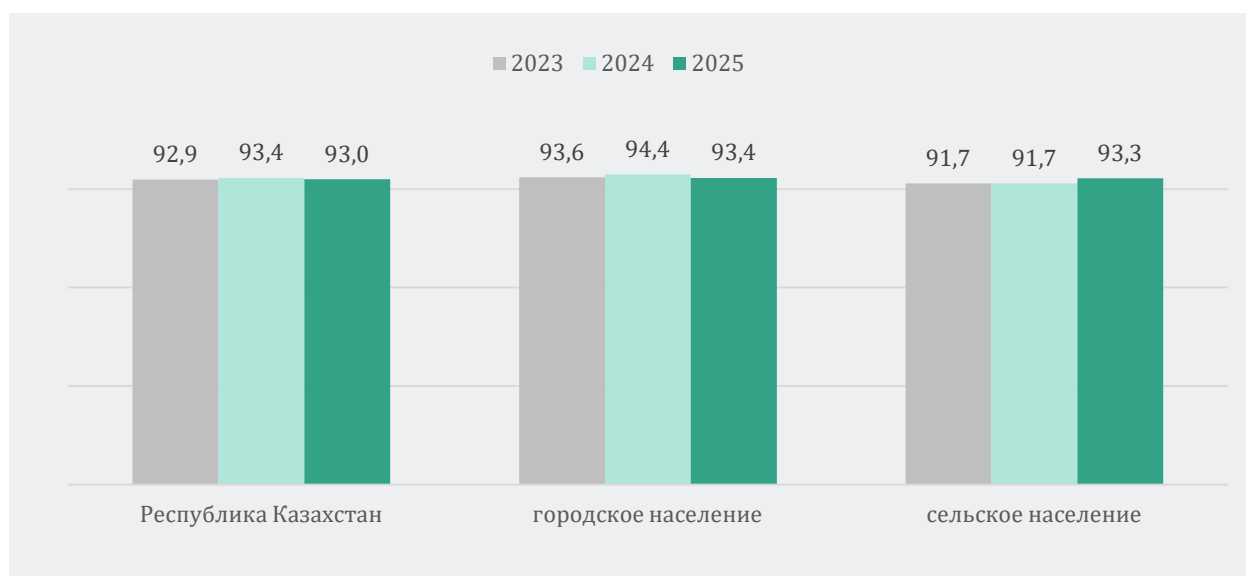
## 5-тарау. Ғаламтор және телеарна

Қазақстандағы медиатұтыну цифрландыру мен интернеттің кең таралуының әсерінен үнемі өзгеріп келеді. 2025 жылы интернет ақпарат пен ойын-сауық алудың негізгі арнасына айналды. MMI<sup>2</sup> деректеріне сәйкес, қазақстандықтар интернетте күніне орта есеппен 235 минут өткізеді. Бұл цифрлық платформаларды күнделікті өмірдегі негізгі контент көзіне айналдырады. Теледидар медиабюджеттің маңызды бөлігі болып қала береді. Оған күніне 94 минут жұмсалады. Радио мен баспа БАҚ-тары әлдеқайда аз уақыт алады: радио – 24 минут, баспа БАҚ – 2 минут. Бұл цифрлық платформаларға қарай жылжудың жаһандық үрдісін көрсетеді.

Орташа статистикалық қазақстандық күн сайын әртүрлі медиа тұтынуға айтарлықтай уақыт жұмсайды. Бұл ретте осы бюджеттегі интернеттің үлесі тұрақты түрде өсіп келеді.

ҚР Ұлттық статистика бюросының деректеріне сәйкес, 6 жастан асқан халық арасындағы интернет пайдаланушылар үлесі жоғары деңгейде сақталып, 93%-дан асады. 2024 жылы бұл көрсеткіш 93,4%-ға жетсе, 2025 жылы 93,0% деңгейін құрады.

*19-сурет. Интернет пайдаланушылардың үлесі. Дереккөз: Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы*



<sup>2</sup> Media Marketing Index (MMI) – Қазақстанның қалалық тұрғындарының (15 жастан жоғары, халқы 100 мыңнан асатын қалалар) тұтынушылық мінез-құлқы мен медианы тұтыну ерекшеліктерін жыл сайын зерттейтін жоба. Зерттеу демографиялық сипаттамалар, 250-ден астам тауар санаты мен 5 400 сауда маркасын тұтыну, сондай-ақ теледидар мен радионы пайдалану бойынша мақсатты аудиторияларды талдауға мүмкіндік береді. Зерттеу деректері 3 000 респондент арасында жүргізілген сауалнамаға негізделген.

Ұлттық статистика бюросының зерттеу әдіснамасы үй шаруашылықтарында ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалану бойынша ауқымды жалпыұлттық статистикалық бақылауға негізделген. Іріктемелі зерттеу 21 000 үй шаруашылығын қамтыды. Бұл ретте интернет желісін пайдаланушылар деп соңғы үш ай ішінде кез келген құрылғы арқылы және кез келген жерде (жұмыс орнында, үйде, оқу орнында немесе қоғамдық орындарда) интернетке кемінде бір рет қосылған адамдар есептелді.

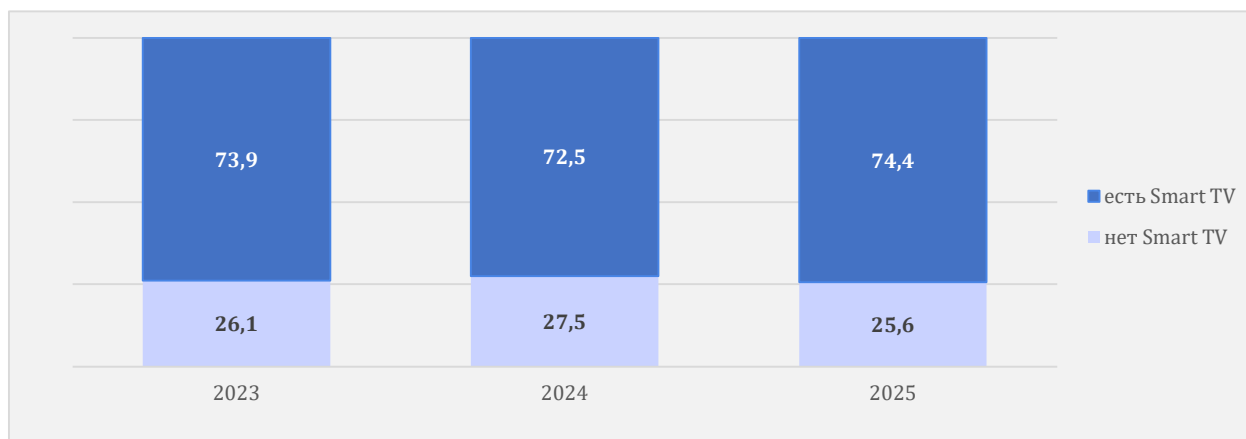
Сонымен қатар интернеттің таралу деңгейі бойынша қала мен ауыл аймақтары арасындағы айырмашылықтар өте аз болып қала береді. 2025 жылы қалаларда интернетке қолжетімділік 93,4% тұрғынды құраса, ауылдық жерлерде бұл көрсеткіш 93,3%-ға тең болды.

Осылайша, қала мен ауыл арасындағы алшақтық іс жүзінде елеусіз деңгейде, бұл ел бойынша интернеттің жоғары қолжетімділігін көрсетеді.

Интернеттің дамуымен қатар Қазақстанда Smart TV-дің таралу деңгейі де жоғары болып қала береді. Көптеген үй шаруашылықтары интернетке қосылу мүмкіндігі бар теледидарларды пайдаланады. Бұл дәстүрлі теледидар көру мен онлайн контентті және стримингтік сервистерді біріктіруге мүмкіндік береді.

Орнату зерттеу деректеріне сәйкес, 2023 жылы ірі қалаларда Smart TV функциясы бар теледидарлардың үлесі 73,9% болды. 2024 жылы көрсеткіш аздап төмендеп, 72,5%-ды құрады, алайда 2025 жылы қайта өсім байқалып, 74,4%-ға жетті. Осылайша, Smart TV теледидар құрылғылары құрылымында тұрақты түрде басымдыққа ие болып, бейне контентті тұтынудың негізгі форматы ретінде қалып отыр және теледидарлық және цифрлық көрудің одан әрі интеграциялану үрдісін растайды.

20-сурет. Smart TV функциясы бар теледидарлардың болуы. Дереккөз: K-Research Central Asia: Орнату зерттеу, халқы 100 000-нан асатын қалалар, үй шаруашылықтары

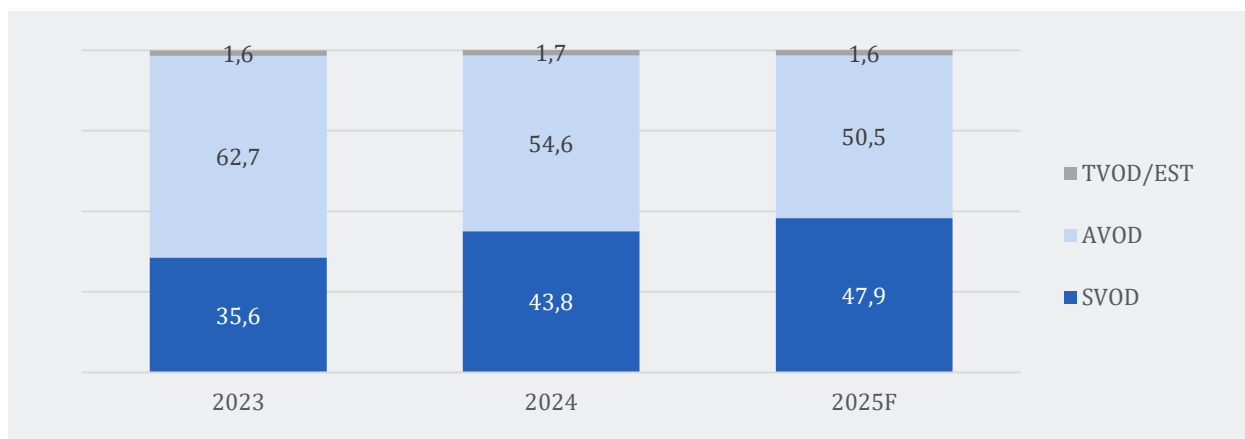


Белсенді цифрландыру мен интернеттің кең таралуы аясында онлайн-видео, стримингтік сервистер және «сұраныс бойынша» контент қазақстандықтардың медиатұтыну құрылымындағы ролін күшейтуді жалғастыруда.

J'son & Partners Consulting зерттеуіне сәйкес, 2024 жылы Қазақстандағы онлайн-видео нарығы (AVOD, SVOD және TVOD/EST модельдерін қоса алғанда) 28%-ға өсіп, 18,5 млрд теңгеге (шамамен 36,4 млн АҚШ доллары) жетті. Бұл аудиторияның смартфондар, планшеттер және Smart TV сияқты әртүрлі құрылғыларда жеке контент көруге деген тұрақты қызығушылығын растайды.

Онлайн-видео нарығының құрылымы біртіндеп өзгерістерді көрсетеді. 2023 жылы негізгі үлесті AVOD моделі (62,7%) – жарнамасы бар сұраныс бойынша видео – иеленді, алайда 2024 жылы оның үлесі 54,6%-ға дейін төмендеді. Ал 2025 жылға арналған болжам бойынша 50,5%-ға дейін қысқарады. Соған қарамастан, AVOD ең ірі сегмент болып қала береді. Бұл аудиторияның тегін қолжетімділік үшін жарнамасы бар контентті көруге дайын екенін білдіреді.

21-сурет. Қазақстандағы онлайн-видео нарығының монетизация модельдері бойынша құрылымы. Дереккөз: J'son & Partners Consulting.



Сонымен қатар SVOD моделі (сұраныс бойынша жазылым арқылы видео) тұрақты өсімді көрсетіп отыр: 2023 жылы 35,6%-дан 2024 жылы 43,8%-ға дейін, ал 2025 жылғы болжам бойынша 47,9%-ға дейін жетеді. Бұл пайдаланушылар мінез-құлқының біртіндеп өзгеруін, яғни контент үшін қолайлылық пен жарнаманың болмауы үшін төлеуге дайын бола бастағанын көрсетеді. Қазақстанда SVOD сервистеріне Netflix, IVI, Megogo сияқты халықаралық платформалар, сондай-ақ байланыс операторларының жергілікті видеотекалары – BeeTV, Alma TV және басқа да сервистер жатады.

TVOD/EST – контент үшін бір реттік төлем модельдері: жеке фильмдер мен бағдарламаларды жалға алу немесе сатып алу. Бұл формат әлі де нишалық деңгейде қалып, нарықтың шамамен 1,6–1,7%-ын құрайды және көбінесе премьералық көрсетілімдер мен эксклюзивті релиздер үшін қолданылады.

Онлайн-видеоның танымалдылығының артуы теледидар көруге тікелей әсер етуде. Бұл әсіресе жастар мен қала тұрғындары арасында айқын байқалады, себебі тұрақты интернет пен құрылғылардың әртүрлілігі контентті кез келген уақытта және кез келген жерде көруге мүмкіндік береді. Көрермендер барған сайын қатаң телебағдарламадан бас тартып, енді өздері не көретінін, қашан және қай жерде көретінін таңдайды.

Мұндай медиатұтыну трансформациясы тек әдеттерді емес, сонымен қатар жарнама нарығының логикасын да өзгертуде. Жарнамалық бюджеттердің көбірек бөлігі OLV (online video) – интернеттегі видеожарнамаға қайта бөлінуде. Бұған қысқа роликтер, стримингтік сервистердегі интеграциялар және YouTube, TikTok, Instagram сияқты әлеуметтік желілердегі жарнама кіреді.

Қазақстандық телеарналар да цифрлық трендтерден тыс қалмайды. Онлайн-видео мен стримингтік платформалардың бәсекесі күшейген жағдайда олар аудиторияны сақтап қалу және цифрлық экожүйеге интеграциялану жолдарын белсенді түрде іздеуде. Тележобалар енді тек эфирде емес, интернетте де – стримингтік сервистерде (мысалы, IVI) және видеоплатформаларда қолжетімді бола бастады.

Көптеген телеарналар әлеуметтік желілердегі (YouTube, TikTok, Instagram және т.б.) өз қатысуын белсенді дамытып келеді. Олар эфирден эксклюзивті үзінділер, анонстар және әсіресе жас аудиторияға қызықты қысқа форматтағы контент

жариялайды. Бұл әрекеттер нақты нәтиже беріп, коммуникациялық стратегияның маңызды бөлігіне айналады.

YouTube платформасында жетекші орындарды «Хабар», сондай-ақ 7 арна мен Qazaqstan иеленеді. Олар ірі аудитория қалыптастырып, тұрақты түрде контент жариялап отырады. Сонымен қатар «Той Думан» және Gakku Media сияқты нишалық және музыкалық жобалардың да айтарлықтай қатысуы бар.

TikTok-та ең белсенді және табысты арналар – Qazaqstan мен 7 арна, олар қысқа әрі динамикалық контент арқылы айтарлықтай аудитория қалыптастыра алды. «Еуразия бірінші арнасы» да бұл бағытта тұрақты даму көрсетіп отыр.

Instagram платформасында әсіресе Gakku Media сияқты ойын-сауық және музыкалық жобалар ерекшеленіп, ең ірі аудиториялардың бірін қалыптастырады.

Әлеуметтік желілерден бөлек, телеарналар өздерінің мобильді қосымшаларын да дамытып, делдалсыз контентке тікелей қолжетімділік ұсынуда. Бұл оларға пайдаланушы тәжірибесін бақылауға, көрермендер туралы деректер жинауға, таргеттелген цифрлық жарнама жүргізуге және халықаралық стримингтермен қатар өздерінің цифрлық контент тарату платформасын қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Цифрлық платформалардың белсенді дамуына қарамастан, Қазақстандағы теледидар өз позицияларын сақтап, медиақоршаудың маңызды бөлігі болып қала береді. Теледидар әлі де жаппай аудиторияның назарын ұстап тұрып, жарнама нарығы үшін өз құндылығын жоғалтқан жоқ.

Алайда медиатұтыну моделі сөзсіз өзгеріп келеді және телеарналар жаңа жағдайларға бейімделуде. Олар онлайнға шығып, әлеуметтік желілерді дамытып, видеоплатформаларда контент жариялап, стримингтермен жұмыс істеп, мобильді қосымшалар жасап және цифрлық мінез-құлықты талдау құралдарын қолдануда.

Осылайша, цифрландыру – қауіп емес, мүмкіндік. Трансформацияға және жаңа аудиториямен диалогқа дайын телеарналар тек өз позицияларын сақтап қана қоймай, цифрлық ортада жаңа өсу бағыттары мен тұрақты даму мүмкіндіктерін де аша алады.

## 6-тарау. Әртүрлі елдерде теледидарды қалай көреді?

Әлемнің әртүрлі елдерінде теледидар көруге жұмсалатын уақыт айтарлықтай ерекшеленеді. Ол мәдени әдеттермен, технологиялардың даму деңгейімен және әлеуметтік-экономикалық контекстпен байланысты.

Орташа теледидар көру уақытын салыстыру үшін Азия, Еуропа, Африка, Америка және Таяу Шығыс аймақтарынан елдер таңдалды<sup>3</sup>. Мұндай тәсіл теледидар көру деңгейінің географиялық, демографиялық және мәдени ерекшеліктерге байланысты қалай өзгеретінін көрсетуге мүмкіндік береді.

19-суретте ұсынылған елдер бойынша 2025 жылғы теледидар көрудің орташа тәуліктік ұзақтығы 1 сағат 27 минуттан 4 сағат 2 минутқа дейін өзгереді. Көш басында Әзербайжан тұр. Мұнда тұрғындар орта есеппен күніне 4 сағат 2 минут теледидар көреді. Сондай-ақ Біріккен Араб Әмірліктері, Польша, Оңтүстік Африка Республикасы, Түркия және Ресейде де жоғары көрсеткіштер тіркелген. Бұл елдерде теледидар көрудің орташа ұзақтығы тәулігіне үш сағаттан асады. Бұл теледидардың, әсіресе стримингтік сервистер дәстүрлі эфирлік хабар таратуды әлі толық алмастырмаған елдерде, демалыс пен ақпарат алудың негізгі көздерінің бірі болып қала беретінін көрсетеді. Сонымен қатар бұл мемлекеттерде экран алдында көбірек уақыт өткізетін егде жастағы көрермендердің үлесі де жоғары болуы мүмкін.

Күніне екі сағаттан үш сағатқа дейін теледидар көретін елдердің қатарына Оңтүстік Корея, Франция, Өзбекстан, Бразилия, Сауд Арабиясы, Үндістан және АҚШ кіреді. Бұл елдерде дәстүрлі теледидарға деген қызығушылық сақталғанымен, цифрлық платформалар мен онлайн-видеоны пайдалану да белсенді дамып келеді.

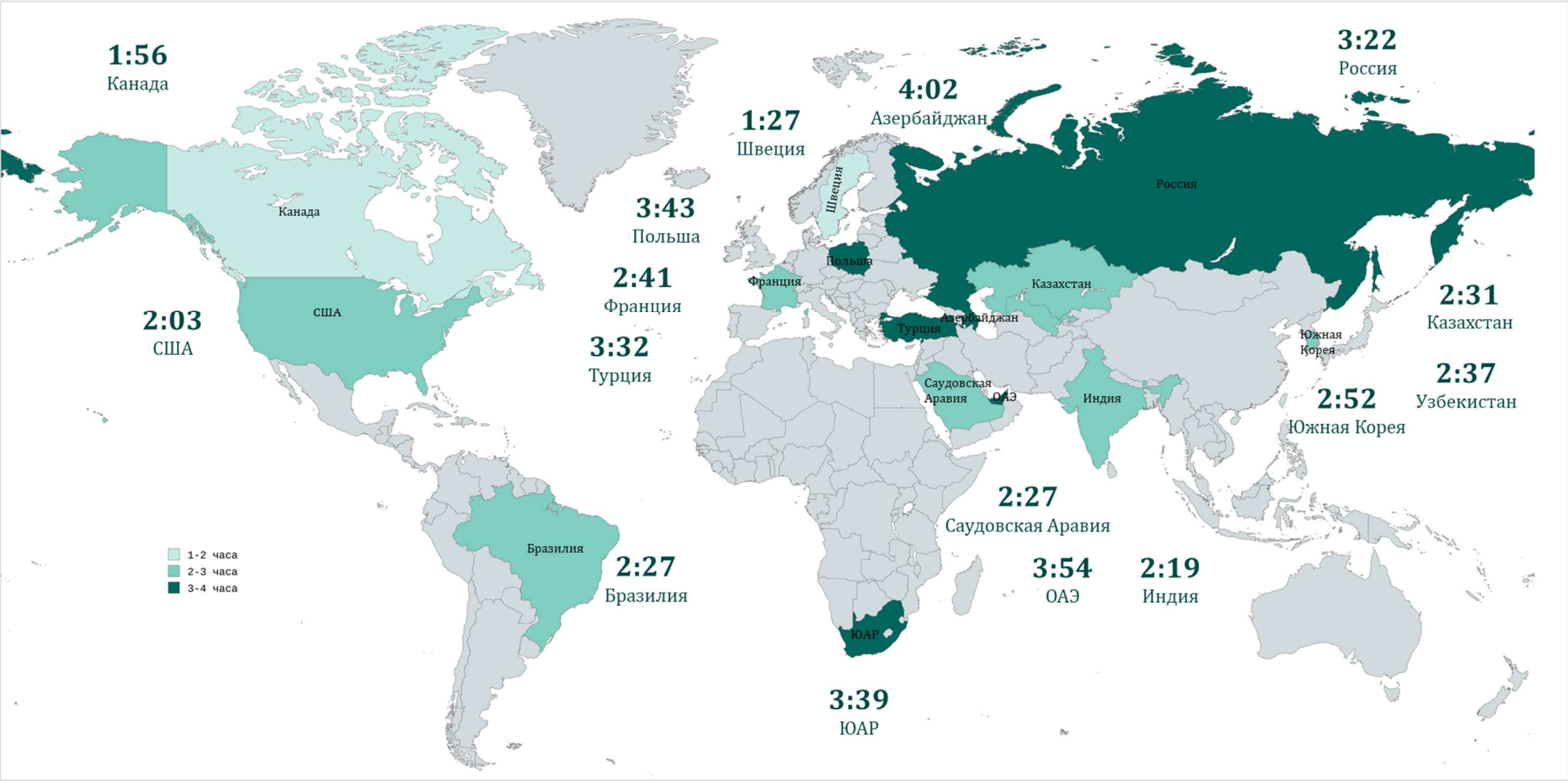
Теледидар көрудің ең төменгі орташа ұзақтығы – тәулігіне екі сағаттан аз – Канада мен Швецияда тіркелген. Бұл көрсеткіштердің төмен болуы цифрландыру деңгейінің жоғары болуымен, жоғары жылдамдықтағы интернеттің кеңінен қолжетімділігімен және бейнеконтентті тұтынудың негізгі тәсіліне айналған стримингтік платформалардың танымалдығымен байланысты болуы мүмкін.

Әртүрлі елдердегі теледидар көру дағдылары технологиялардың даму деңгейі мен интернетке қолжетімділікке ғана емес, сонымен қатар мәдени және әлеуметтік ерекшеліктерге де тәуелді. Қазақстанда, медиа саласы мен инфрақұрылымының даму деңгейі әртүрлі басқа елдердегідей, теледидар әлі де ақпарат пен ойын-сауықтың маңызды көзі болып қала береді. Сонымен қатар бірқатар мемлекеттерде дәстүрлі теледидарға деген қызығушылықтың төмендеп, цифрлық платформалардың танымалдығының артып келе жатқаны байқалады. Теледидар көру уақыты жоғары және төмен елдерді салыстыру медианы тұтыну ерекшеліктерінің өмір сүру жағдайына, халықтың жас құрылымына және контентті тұтынудың баламалы форматтарының қолжетімділігіне қарай қаншалықты әртүрлі болатынын көрсетеді.

---

<sup>3</sup> Дереккөз: *Glance – One Television Year in the World 2026*

22-сурет. 2024 жылы халық арасындағы теледидар көрудің орташа уақыты. Дереккөз: Glance – One Television Year in the World 2025



## Қорытынды

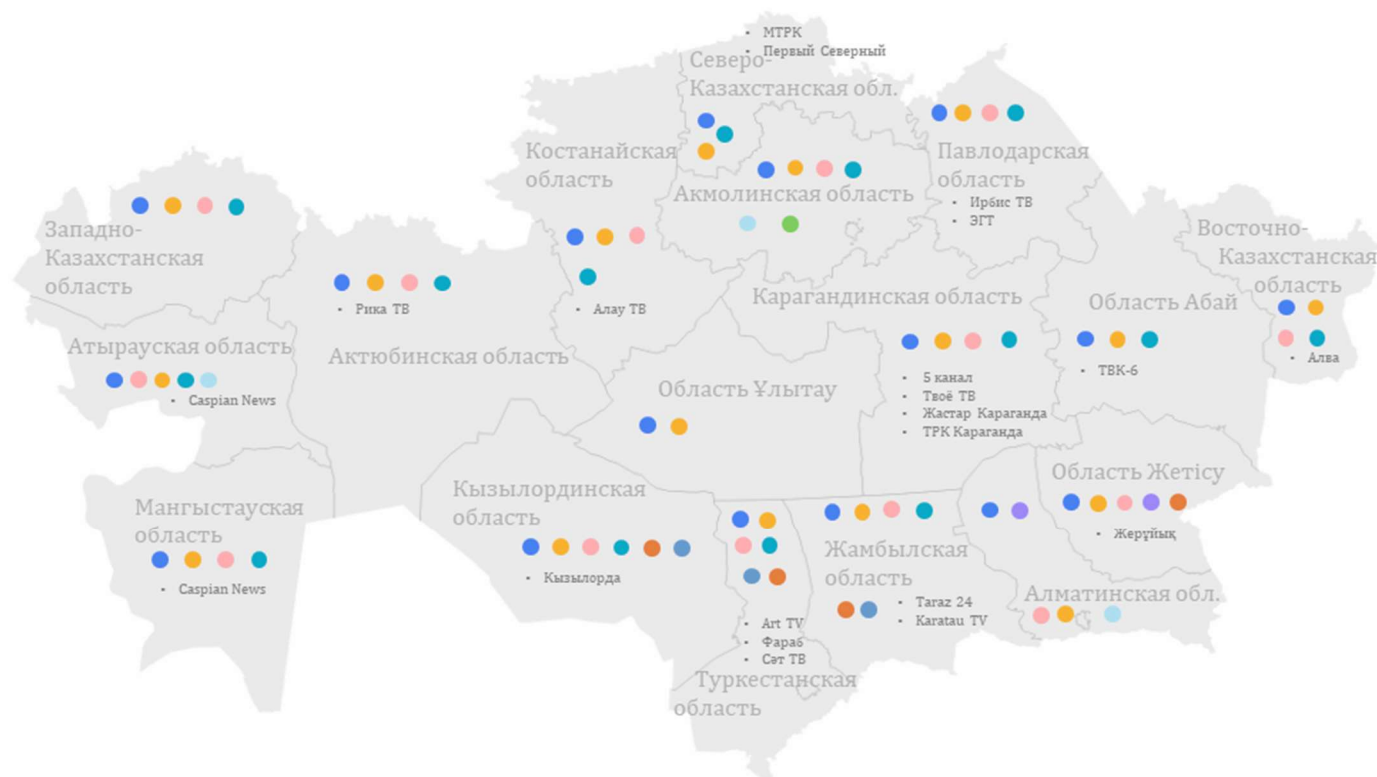
Цифрлық платформалардың, әлеуметтік желілердің және онлайн-видеоның одан әрі дамуына қарамастан, Қазақстандағы теледидар медиатұтынуында маңызды рөлін сақтап, кең аудиторияны қамтудың негізгі арналардың бірі болып қала береді. Теледидар құрылғыларының, соның ішінде Smart TV-дің жоғары деңгейде таралуы және сигнал жеткізудің әртүрлі тәсілдерінің болуы теледидардың халықтың әртүрлі топтары, соның ішінде шалғай аймақ тұрғындары үшін де қолжетімділігін қамтамасыз етеді.

Сонымен қатар медиатұтыну өзгеруін жалғастыруда: онлайн-видео мен «сұраныс бойынша» сервистердің танымалдылығы артып, digital-платформалардың бәсекесі күшеюде, ал жарнамалық бюджеттер коммуникация арналары арасында біртіндеп қайта бөлінуде. Бұл үдерістер теледидар көру құрылымына әсер етіп, телеарналардан контент пен оны таратуда анағұрлым икемді тәсілді талап етеді.

Қазақстандық телеарналар жаңа жағдайларға бейімделіп жатыр. Тарқата айтқанда, әлеуметтік желілердегі қатысуын дамытып, қысқа форматтарды қолдануда және жергілікті контент өндірісін күшейтуде. Сонымен қатар жергілікті контент эфирлік кестенің маңызды бөлігі болып қалып, әсіресе көрермен назарын тарту үшін бәсеке күшейген жағдайда аудиторияны ұстап қалуға ықпал етеді.

Осылайша, Қазақстандағы теледидар өз маңызын жоғалтпай, медиақоршаудағы өзгерістерге сәйкес біртіндеп трансформациялануда. Ол ақпарат тарату және ойын-сауық функцияларын жалғастырып, елдің медиакеңістігінің маңызды бөлігі болып қала береді.

## Қосымша ТЕЛЕАРНАЛАРДЫҢ ТАРАЛУ КАРТАСЫ



## Шартты белгілері

- Qazaqstan, Хабар, 24KZ, Jibek Joly, Balapan, Abai TV, Qazsport, El Arna, Первый канал Евразия, Мир, Almaty телеарналары**  
El Arna – 2025 жылдың сәуірінде хабар таратуын тоқтатты.  
Almaty – келесі облыстарда эфирге шықпайды: Алматы, Абай, Ұлытау облыстары
- Astana TV, КТК, НТК, 7 канал, 31 канал, Atameken Business телеарналары**  
Astana TV – келесі облыстарда хабар таратпайды: Алматы, Абай, Ұлытау облыстары  
7 арна – келесі облыстарда хабар таратпайды: Алматы, Ұлытау облыстары  
31 арна – Алматы облысында хабар таратпайды  
Atameken Business – келесі облыстарда хабар таратпайды: Алматы, Абай облыстары
- Тұран ТВ, InSport, Мир 24, ТДК-42, Новое телевидение телеарналары**  
Тұран ТВ – Шымкент қаласында және келесі облыстарда хабар таратпайды: Алматы, Ақтөбе, Батыс Қазақстан, Солтүстік Қазақстан, Қостанай, Жетісу облыстары  
InSport – Шымкент қаласында және келесі облыстарда хабар таратпайды: Алматы, Түркістан облыстары  
Мир 24 – Алматы облысында хабар таратпайды  
ТДК-42 – Шымкент қаласында және Алматы облысында хабар таратпайды  
Новое телевидение – Шымкент қаласында және келесі облыстарда хабар таратпайды: Алматы, Түркістан облыстары
- RTPK «Қазақстанның» өңірлік телеарналары**
- Жетісу телеарнасы**
- Gakku Media и Той Думан телеарналары**
- Sport Plus Kazakhstan телеарнасы**
- 77TV**
- HAN TV**
- Жергілікті телеарналар**

## Кабельдік және интернет-теледидар провайдерлерінің таралу картасы



Alma TV – кабельдік және интернет-теледидар операторы  
Beeline – интернет-теледидар операторы  
ID TV – интернет-теледидар операторы  
AziaCell – кабельдік теледидар операторы

## НЕГІЗГІ ТЕРМИНДЕР

**Рейтинг (Rating)** – белгілі бір уақыт аралығында нақты телебағдарламаны немесе телеарнаны көрген жалпы әлеуетті аудиторияның пайыздық үлесі. Мысал: егер елде 10 миллион халық болса, оның 1 миллионы бағдарламаны көрсе, рейтинг 10% болады.

**Үлес (Share)** – белгілі бір сәтте теледидар көріп отырған барлық көрермендердің ішінен нақты бір телеарнаны немесе бағдарламаны таңдаған көрермендердің пайыздық үлесі. Мысал: егер белгілі бір уақытта 2 миллион адам теледидар көріп отырса, оның 1 миллионы бір арнаны таңдаса, сол арнаның үлесі 50% болады.

**Жинақталған қамту (Reach)** – таңдалған кезең (күн, апта, ай және т.б.) ішінде кемінде бір рет телеарнаны немесе бағдарламаны көрген бірегей көрермендердің жалпы саны. Мұнда көру ұзақтығы есепке алынбайды, контентпен байланыс фактісі ғана ескеріледі. Мысал: егер адам бағдарламаны 2 минут, ал екіншісі 2 сағат көрсе, екеуі де бір рет көрген болып есептеледі.

**Орташа күндік қамту (Average Reach)** – күн сайын кемінде қысқа уақыт болса да телеарнаны көрген бірегей көрермендердің орташа саны.

**Көрермендер арасындағы орташа көру уақыты (Average Audience View)** – көрерменнің белгілі бір телеарнаны немесе теледидарды бір күн ішінде орта есеппен қанша уақыт көргенін көрсететін көрсеткіш. Ол бір адамға шаққандағы минутпен өлшенеді. Мысал: егер бір көрермен 30 минут, екіншісі 90 минут көрсе, орташа уақыт 60 минут болады.

**Халық арасындағы орташа көру уақыты (Average Audience All)** – зерттелетін барлық халыққа шаққандағы бір күнде телеарна немесе теледидар көруге жұмсалған орташа минут саны. Бұл көрсеткішке теледидар көрмеген адамдар да кіреді. Мысал: егер 10 адамның тек екеуі 1 сағаттан теледидар көрсе, ал қалған 8 адам көрмесе, орташа уақыт 12 минут болады (120 минут / 10 адам).

**GRP (Gross Rating Point)** – жарнамалық роликтердің барлық шығуларының жиынтық рейтингі, яғни аудиториямен болған жалпы байланыстардың әлеуетті аудиторияға пайыздық қатынасы. GRP қамтудың қарқындылығын көрсетеді. Бірақ бірегей көрермендерді есепке алмайды: бір адам жарнаманы 3 рет көрсе, ол 3 рет есептеледі.

**GRP 30** – 30 секундтық стандартты ұзақтыққа келтірілген GRP түрі. Әртүрлі ұзақтықтағы жарнамаларды салыстыру үшін қолданылады. Мысал: егер 15 секундтық ролик  $GRP = 40$  жинаса,  $GRP\ 30 = (40 \times 15) / 30 = 20$  GRP 30 болады.

**TgSat (Target Saturation)** – мақсатты топтың телеарна немесе бағдарлама жалпы көріліміндегі үлесін көрсететін көрсеткіш. Ол нақты аудитория тобының телекөрілім құрылымындағы «ядрасын» анықтауға мүмкіндік береді.

**Cost (құн)** – телеарналардың ресми прайс-парақтары негізінде есептелген жарнама орналастырудың АҚШ долларымен бағаланған құны. Бұл көрсеткіш жеңілдіктерді, бонус бағдарламаларын және маусымдық үстемелерді есепке алмайды.

## ТЕЛЕАРНАЛАР ҮЛЕСІНІҢ ДИНАМИКАСЫ

| №  | Телеарна              | 2023 | 2024  | 2025    |
|----|-----------------------|------|-------|---------|
| 1  | 1-арна Евразия        | 19,8 | 18,7  | 17,3    |
| 2  | КТК                   | 13,2 | 11,8  | 12,2    |
| 3  | 7 арна                | 5,1  | 6,6   | 10,6    |
| 4  | Мир                   | 7,2  | 7,3   | 8,4     |
| 5  | 31 арна               | 6,8  | 7,6   | 8,0     |
| 6  | Qazaqstan             | 10,2 | 10,0  | 8,0     |
| 7  | Astana TV             | 7,3  | 8,3   | 7,8     |
| 8  | НТК                   | 9,0  | 9,2   | 7,8     |
| 9  | Balapan               | 5,2  | 3,9   | 3,4     |
| 10 | Qazsport              | 2,8  | 3,6   | 2,8     |
| 11 | Almaty TV             | 1,8  | 2,3   | 2,5     |
| 12 | Хабар                 | 3,4  | 3,0   | 2,4     |
| 13 | Jibek Joly            | 2,5  | 1,8   | 2,1     |
| 14 | ТНТ-Камеди            | 1,4  | 1,2   | 1,3     |
| 15 | Пятница Int.          | 0,7  | 0,7   | 0,9     |
| 16 | 24 KZ                 | 1,5  | 1,2   | 0,8     |
| 17 | Ren-tv international  | -    | -     | 0,7     |
| 18 | El Arna               | 1,2  | 1,1   | 0,5     |
| 19 | Той Думан             | 0,4  | 0,4   | 0,5     |
| 20 | Sport plus Qazaqstan  | -    | -     | 0,4     |
| 21 | Atameken Business     | 0,2  | 0,3   | 0,3     |
| 22 | CTC international     | -    | -     | 0,2     |
| 23 | Домашний              | -    | -     | 0,2     |
| 24 | Кинобоевик            | -    | 0,1   | 0,2     |
| 25 | Киносериал            | -    | 0,1   | 0,1     |
| 26 | Setanta Sports 1      | 0,01 | 0,1   | 0,1     |
| 27 | Семейное кино         | -    | 0,05  | 0,1     |
| 28 | Первый Карагандинский | 0,03 | 0,1   | 0,1     |
| 29 | Премиум кино          | -    | 0,04  | 0,1     |
| 30 | Setanta Sports 2      | -    | 0,1   | 0,1     |
| 31 | Мировое кино          | -    | 0,04  | 0,1     |
| 32 | Коктем                | -    | 0,01  | 0,1     |
| 33 | Show KZ               | -    | 0,01  | 0,1     |
| 34 | Кинодрама             | -    | 0,1   | 0,1     |
| 35 | Setanta Qazaqstan     | -    | 0,03  | 0,1     |
| 36 | Туран ТВ              | 0,1  | 0,1   | 0,05    |
| 37 | Turkistan             | 0,1  | 0,05  | 0,04    |
| 38 | Alatau TV             | 0,0  | 0,2   | 0,03    |
| 39 | Qonaev TV             | -    | -     | 0,02    |
| 40 | Gakku Media           | 0,1  | 0,1   | 0,01    |
| 41 | Insport               | 0,0  | 0,005 | 0,00004 |

К-Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 000+ болатын қалалар, 6+ жас, Share%

## ТЕЛЕАРНАЛАРДЫҢ ОРТАША ТӘУЛІКТІК ҚАМТЫЛУЫНЫҢ ДИНАМИКАСЫ

| №  | Телеарна              | 2023 | 2024 | 2025  |
|----|-----------------------|------|------|-------|
| 1  | 1-арна Евразия        | 16,9 | 14,3 | 11,8  |
| 2  | КТК                   | 14,1 | 11,5 | 10,3  |
| 3  | 31 арна               | 10,1 | 9,4  | 8,9   |
| 4  | НТК                   | 11,3 | 9,8  | 7,9   |
| 5  | 7 арна                | 7,5  | 7,0  | 7,4   |
| 6  | Мир                   | 8,3  | 7,6  | 7,2   |
| 7  | Qazaqstan             | 9,7  | 8,9  | 6,9   |
| 8  | Astana TV             | 8,2  | 8,2  | 6,3   |
| 9  | Хабар                 | 7,2  | 5,9  | 4,9   |
| 10 | Almaty TV             | 4,7  | 4,5  | 4,0   |
| 11 | Qazsport              | 5,2  | 5,1  | 3,9   |
| 12 | Jibek Joly            | 5,3  | 3,7  | 3,6   |
| 13 | Balapan               | 5,3  | 3,9  | 3,1   |
| 14 | 24 KZ                 | 4,8  | 3,5  | 2,4   |
| 15 | Atameken Business     | 1,4  | 1,4  | 1,2   |
| 16 | Ren-tv international  | 0,0  | -    | 1,2   |
| 17 | ТНТ-Камеди            | 1,5  | 1,2  | 1,1   |
| 18 | El Arna               | 3,2  | 2,8  | 1,0   |
| 19 | Пятница Int.          | 1,0  | 1,0  | 1,0   |
| 20 | Sport plus Qazaqstan  | -    | -    | 0,9   |
| 21 | Той Думан             | 0,8  | 0,7  | 0,7   |
| 22 | СТС international     | -    | -    | 0,5   |
| 23 | Кинобоевик            | -    | 0,1  | 0,3   |
| 24 | Домашний              | -    | -    | 0,3   |
| 25 | Туран ТВ              | 0,4  | 0,3  | 0,2   |
| 26 | Семейное кино         | -    | 0,1  | 0,2   |
| 27 | Setanta Sports 1      | 0,03 | 0,2  | 0,2   |
| 28 | Премиум кино          | -    | 0,1  | 0,2   |
| 29 | Коктем                | -    | 0,1  | 0,2   |
| 30 | Мировое кино          | -    | 0,1  | 0,2   |
| 31 | Кинодрама             | -    | 0,2  | 0,2   |
| 32 | Киносериал            | -    | 0,2  | 0,2   |
| 33 | Show KZ               | -    | 0,02 | 0,2   |
| 34 | Первый Карагандинский | 0,1  | 0,1  | 0,2   |
| 35 | Turkistan             | 0,3  | 0,2  | 0,1   |
| 36 | Setanta Sports 2      | -    | 0,2  | 0,1   |
| 37 | Setanta Qazaqstan     | 0,01 | 0,1  | 0,1   |
| 38 | Alatau TV             | 0,1  | 0,7  | 0,1   |
| 39 | Qonaev TV             | -    | -    | 0,1   |
| 40 | Gakku Media           | 0,4  | 0,2  | 0,03  |
| 41 | Insport               | -    | 0,02 | 0,001 |

К-Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 000+ болатын қалалар, 6+ жас, AvRch%

## КӨРЕРМЕНДЕР АРАСЫНДАҒЫ ОРТАША КӨРУ УАҚЫТЫНЫҢ ДИНАМИКАСЫ

| №  | Телеарна              | 2023 | 2024 | 2025  |
|----|-----------------------|------|------|-------|
| 1  | 1-арна Евразия        | 94,9 | 95,0 | 93,9  |
| 2  | 7 арна                | 55,4 | 68,5 | 91,3  |
| 3  | Astana TV             | 72,6 | 72,7 | 79,2  |
| 4  | ТНТ-Камеди            | 71,4 | 71,6 | 78,8  |
| 5  | КТК                   | 75,8 | 74,6 | 75,9  |
| 6  | Мир                   | 69,5 | 69,6 | 74,1  |
| 7  | Qazaqstan             | 85,6 | 81,7 | 73,4  |
| 8  | Balapan               | 79,2 | 73,3 | 69,1  |
| 9  | НТК                   | 64,7 | 67,8 | 62,9  |
| 10 | 31 арна               | 54,5 | 58,2 | 57,7  |
| 11 | Пятница Int.          | 59,4 | 51,0 | 57,0  |
| 12 | Киносериал            | -    | 40,0 | 54,6  |
| 13 | Той Думан             | 41,4 | 41,2 | 48,2  |
| 14 | Домашний              | -    | -    | 47,9  |
| 15 | Первый Карагандинский | 37,7 | 72,1 | 46,6  |
| 16 | Qazsport              | 43,9 | 51,2 | 45,3  |
| 17 | Ren-tv international  | -    | -    | 40,4  |
| 18 | Almaty TV             | 31,5 | 35,9 | 39,0  |
| 19 | Setanta Sports 1      | 39,8 | 29,9 | 37,5  |
| 20 | Jibek Joly            | 38,5 | 35,9 | 36,2  |
| 21 | CTC international     | -    | -    | 34,8  |
| 22 | Премиум кино          | -    | 38,1 | 34,3  |
| 23 | Setanta Sports 2      | -    | 21,4 | 33,1  |
| 24 | El Arna               | 29,0 | 29,5 | 32,5  |
| 25 | Кинобоевик            | -    | 35,7 | 32,4  |
| 26 | Хабар                 | 37,9 | 36,9 | 31,0  |
| 27 | Семейное кино         | -    | 41,2 | 30,7  |
| 28 | Sport plus Qazaqstan  | -    | -    | 26,3  |
| 29 | Show KZ               | -    | 22,5 | 26,2  |
| 30 | Setanta Qazaqstan     | 17,3 | 27,6 | 26,0  |
| 31 | Мировое кино          | -    | 38,6 | 25,2  |
| 32 | Alatau TV             | 21,6 | 26,4 | 24,3  |
| 33 | Коктем                | -    | 18,1 | 22,0  |
| 34 | Qонаев TV             | -    | -    | 21,1  |
| 35 | Кинодрама             | -    | 26,5 | 20,0  |
| 36 | 24 KZ                 | 24,8 | 23,9 | 19,8  |
| 37 | Gakku Media           | 24,9 | 17,9 | 19,4  |
| 38 | Turkistan             | 17,4 | 14,3 | 15,6  |
| 39 | Atameken Business     | -    | -    | 0,1   |
| 40 | Туран ТВ              | 0,4  | 0,2  | 0,03  |
| 41 | Insport               | -    | 0,02 | 0,001 |

К-Research Central Asia деректері: TV Index, халқы 100 000+ болатын қалалар, 6+ жас, AvAud (көрермен), минут