



ТЕЛЕСМОТРЕНИЕ В КАЗАХСТАНЕ

АНАЛИЗ АУДИТОРИИ ЗА 2023–2025 ГОДЫ

НАЦИОНАЛЬНАЯ МЕДИА АССОЦИАЦИЯ

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Телевизионные каналы и механизмы распространения.....	6
1.1. Общая информация о телеканалах	6
1.1.1. Государственные телеканалы.....	7
1.1.2. Коммерческие телеканалы	8
1.1.3. Нишевые и региональные телеканалы	8
1.1.4. Иностранные телеканалы.....	9
1.2. Уровень осведомленности населения о казахстанских телеканалах.....	10
1.3. Способы доставки ТВ-сигнала	12
1.4. Основные операторы и провайдеры	14
1.5. Методология замера телесмотрения.....	15
1.6. Особенности телевизионного ландшафта малых городов и сельских населенных пунктов.....	16
Глава 2. Аудитория казахстанских телеканалов	18
2.1. Общие характеристики телесмотрения	18
2.2. Профиль аудитории ТВ	23
2.2.1. Вклад в просмотр ТВ	23
2.2.2. Социально-демографический профиль аудитории телеканалов	26
Глава 3. Анализ телевизионного контента и интересов аудитории.....	30
3.1. Жанровое наполнение и жанровые предпочтения аудитории телевидения	30
3.1.1. Сериалы	31
3.1.2. Сериалы (10 и более выходов).....	33
3.1.3. Казахские сериалы	35
3.1.4. Фильмы	38
3.1.5. Развлекательные программы.....	40
3.1.6. Информационные программы	42
3.1.7. Документальные фильмы.....	47
3.1.8. Спортивные программы	50

3.1.9. Различия жанрового предпочтения по возрастным группам	52
3.1.10. Различия жанрового предпочтения по языку общения	53
3.2. Обзор популярных казахстанских передач	59
Глава 4. Реклама на ТВ	67
Глава 5. Интернет и ТВ	75
Глава 6. Как смотрят ТВ в разных странах	79
Заключение	81
Приложение	82

Введение

Телевидение в Казахстане имеет богатую и насыщенную историю, неразрывно связанную с социальными, культурными и технологическими изменениями страны. Официальной датой рождения казахстанского телевидения считается 8 марта 1958 года, когда в эфир вышла первая пробная передача Алма-Атинской студии телевидения. В первые годы вещание длилось всего 5 часов в неделю и осуществлялось из небольшой студии с минимальным техническим оснащением, однако уже к концу 1960-х годов телевидение стало важным источником информации, просвещения и объединения людей.

В советский период телевидение выполняло преимущественно информационно-просветительскую функцию, транслируя официальные новости, документальные фильмы, театральные постановки, культурные и спортивные передачи. Оно развивалось быстрыми темпами: телестудии открывались в крупных городах страны, появлялись передвижные станции, расширялась зона вещания. С 1981 года начался переход к цветному изображению, а к 1984 году была введена в эксплуатацию телебашня на Коктобе, что значительно повысило качество сигнала.

С обретением независимости в 1991 году телевидение Казахстана вступило в новый этап: появились национальные каналы, такие как Qazaqstan, активизировалось производство собственного контента, отразившего ценности и реалии новой эпохи. В 1990-х и 2000-х годах рынок стал более разнообразным – появились частные и региональные вещатели, расширился жанровый спектр, интегрировались иностранные каналы.

С начала 2010-х годов телевидение активно переходит на цифровые технологии, что позволило улучшить качество сигнала, расширить охват и внедрить новые интерактивные форматы.

На современном этапе телевизионная индустрия Казахстана представляет собой развитую и многокомпонентную систему. В стране функционируют государственные, коммерческие, региональные и нишевые телеканалы, обеспечивающие разнообразие контента и форматов. По состоянию на 2025 год количество отечественных телеканалов достигло 248, что свидетельствует о продолжающемся развитии отрасли.

Одновременно сохраняется значительное присутствие иностранных вещателей: в 2025 году в Казахстане зарегистрировано более 300 зарубежных телеканалов, что формирует конкурентную и открытую медиасреду.

Развитие телевидения сопровождается активной цифровизацией. Расширяется использование цифрового эфирного вещания, спутниковых, кабельных и интернет-платформ. Особенно заметен рост интернет-телевидения (IP TV), что отражает изменения в медиапотреблении и повышение доступности онлайн-контента.

Несмотря на развитие digital-среды, телевидение продолжает сохранять значимую роль в медиапотреблении, обеспечивая широкий охват аудитории и оставаясь важным источником информации и развлечения для различных групп населения.

Настоящий отчет посвящен комплексному анализу телевизионного рынка Казахстана. В нем рассматриваются структура и особенности телевизионного вещания, характеристики аудитории, жанровые предпочтения, популярные

программы, а также ключевые тенденции рекламного рынка и взаимодействия телевидения с интернет-средой.

Глава 1. Телевизионные каналы и механизмы распространения

Телевизионная индустрия Казахстана представлена широким спектром телеканалов, различающихся по формату, тематике и масштабу охвата аудитории. На рынке функционируют государственные и коммерческие, а также общенациональные, региональные и нишевые телеканалы. Доставка телевизионного сигнала осуществляется через различные платформы – эфирное, спутниковое, кабельное и интернет-вещание, что обеспечивает доступ к телесигналу в большинстве населенных пунктов страны.

В настоящей главе рассматриваются основные компоненты телевизионной системы Казахстана: структура вещания, виды телеканалов, способы распространения сигнала, крупнейшие операторы рынка, а также подходы к измерению телевизионной аудитории.

1.1. Общая информация о телеканалах

Телевизионный сектор Казахстана объединяет сотни телеканалов, различающихся по тематике, формату и географии вещания. В структуре рынка представлены как государственные, так и частные телеканалы. При этом часть телеканалов имеет общенациональный охват, тогда как другие ориентированы на региональные или международные аудитории. Телевизионный рынок продолжает развиваться и расширять свое присутствие как внутри страны, так и за ее пределами.

На фоне общего развития телевизионной индустрии в стране наблюдается и рост числа зарегистрированных отечественных телеканалов. В 2023–2025 годах в Казахстане сохраняется тенденция к увеличению их количества. Если в 2023 году их насчитывалось 219, то в 2024 году – уже 223, а к 2025 году показатель достиг 248. Таким образом, за рассматриваемый период рост составил около 13%, что свидетельствует о продолжающемся развитии отрасли, несмотря на усиливающуюся конкуренцию со стороны цифровых платформ.

Одним из инструментов регулирования телевизионного рынка является формирование перечня телеканалов, обязательных к трансляции на всей территории страны. Он направлен на обеспечение доступности социально значимого телевизионного контента для населения. В данный список включены государственные и коммерческие каналы, предоставляющие новостные, образовательные, развлекательные и культурные программы. В числе таких каналов – Qazaqstan, Хабар, 24KZ, Jibek Joly, Balapan, Abai TV, Qazsport, Almaty, Первый канал Евразия, Мир, Astana TV, КТК, 31 канал, 7 канал, Atameken Business и НТК. Это позволяет обеспечить стабильное информационное пространство и равный доступ аудитории к ключевым источникам телевизионного контента по всей стране.

Наряду с развитием внутреннего телевизионного рынка, отдельного внимания заслуживают телеканалы, ориентированные не только на казахстанскую аудиторию, но и на международное медиапространство. Так, телеканал Мир, входящий в перечень обязательных к трансляции, представляет собой международный проект, нацеленный на развитие гуманитарного и информационного сотрудничества стран СНГ, и активно вещает на территории Казахстана.

В свою очередь, казахстанские каналы также расширяют свое присутствие зарубежом. Национальный телеканал Qazaqstan доступен зрителям в Монголии, России, Китае, Узбекистане, Туркменистане и Кыргызстане, а детский телеканал Balapan – в Монголии, Узбекистане и Кыргызстане.

Особую роль в продвижении отечественного медиаконтента зарубежом играет телеканал Silk Way (ранее – Kazakh TV) – первый национальный спутниковый телеканал Казахстана, начавший международное вещание 25 октября 2002 года.

Контент Silk Way на 100% состоит из программ собственного производства и охватывает темы культуры, истории, туризма и современной жизни Казахстана. Вещание канала ведется на казахском, русском, английском, кыргызском, узбекском и турецком языках. Сегодня сигнал Silk Way доступен в 120 странах мира, обеспечивая Казахстану широкое международное присутствие и укрепляя имидж страны как открытого и культурно богатого государства.

Новостной телеканал 24KZ также расширяет географию вещания: его программы доступны зрителям в Кыргызстане, Монголии, Грузии, Азербайджане, Польше, Туркменистане, Литве, Словении, Сербии, Узбекистане, Венгрии, Армении и России.

1.1.1. Государственные телеканалы

Государственные телеканалы выполняют важные общественные функции, обеспечивая реализацию информационной, культурной и образовательной политики государства. Одновременно они предлагают зрителям широкий спектр развлекательного контента – сериалы, художественные и документальные фильмы, музыкальные программы, передачи для детей и т.д. Такой формат позволяет им оставаться значимой частью национального медиапространства и сохранять интерес широкой аудитории.

Ниже представлены основные государственные телеканалы, включенные в перечень обязательных к трансляции на территории Республики Казахстан.

Qazaqstan – национальный телеканал, вещающий полностью на казахском языке. Программная сетка включает новости, сериалы, художественные и документальные фильмы, а также развлекательные и музыкальные программы.

Хабар – информационно-развлекательный телеканал, освещающий ключевые политические, экономические и социально-культурные события страны.

24KZ – круглосуточный новостной канал, в эфире которого представлены оперативные новости, аналитические и региональные программы.

Balapan – детский телеканал, ориентированный на аудиторию младшего возраста и транслирующий контент на государственном языке.

Qazsport – первый государственный спортивный телеканал Казахстана, ведущий прямые трансляции крупнейших международных и национальных соревнований.

Abai TV – научно-познавательный, образовательный канал, популяризирующий национальное и мировое культурное наследие.

Jibek Joly – семейный развлекательный телеканал с программами различной тематики.

Первый канал Евразия – телеканал с широким спектром развлекательных, общественных и социально-аналитических проектов.

Almaty TV – универсальный телеканал, предлагающий зрителям разнообразный контент: фильмы, аналитические и познавательные передачи, музыкальные и развлекательные программы, концерты.

Мир – международный телеканал, ориентированный на освещение общественно-политических и культурных событий в странах СНГ и развитие информационного сотрудничества между ними.

1.1.2. Коммерческие телеканалы

Наряду с государственными телеканалами на телевизионном рынке Казахстана активно развиваются коммерческие, предлагающие разнообразный контент для различных аудиторий. Многие из них обладают широким техническим охватом и занимают заметные позиции в структуре телевизионного вещания страны. Наибольший технический охват и популярность имеют следующие телеканалы:

КТК – первый частный телеканал, известный своими популярными информационными и социальными программами.

НТК – развлекательный телеканал с акцентом на позитивный контент.

31 канал – телеканал, сочетающий в себе информационный и развлекательный контент.

Седьмой канал – познавательно-развлекательный семейный телеканал, в эфире которого представлены сериалы, фильмы, развлекательные и информационно-аналитические программы.

Astana TV – телеканал, который специализируется на общественно-политических и информационно-аналитических программах, а также познавательном и развлекательном контенте.

Atameken Business – специализированный телеканал, освещающий экономические и деловые новости, а также аналитические программы о бизнесе и предпринимательстве.

Помимо указанных телеканалов, в Казахстане действует значительное количество других коммерческих вещателей – от нишевых тематических до региональных каналов, что способствует разнообразию телевизионного контента и формированию конкурентной среды на медиарынке.

1.1.3. Нишевые и региональные телеканалы

Нишевые телеканалы являются важным дополнением телевизионной системы Казахстана, предлагая специализированный контент, ориентированный на определенные интересы аудитории. В отличие от универсальных телеканалов, которые охватывают широкий спектр программ, нишевые вещатели сосредоточены на отдельных тематических направлениях – спорте, музыке, образовании, культуре и других сферах.

Развитие тематических телеканалов в Казахстане отражает глобальные тенденции цифровой трансформации медиасреды. Такие каналы позволяют удовлетворять растущий интерес зрителей к специализированному контенту и создают дополнительные возможности для формирования аудиторий по интересам.

Нишевые телеканалы дополняют общенациональные и универсальные каналы, обеспечивая большее разнообразие телевизионного контента.

Специализированные каналы охватывают различные тематические направления. Например:

- **спортивные каналы:** Setanta Qazaqstan и другие;
- **музыкальные каналы:** Той Думан, Zhuldyz TV и другие;
- **информационные каналы:** Atameken Business, 24KZ и другие;
- **каналы, ориентированные на фильмы и сериалы:** Кинодрама, Кинобоевик и другие.

Наряду с нишевыми каналами важную роль в медиапространстве страны продолжают играть региональные телеканалы. На протяжении многих лет они остаются надежным источником информации для местных аудиторий, освещая значимые события и поддерживая культурную самобытность регионов.

Как правило, их сигнал охватывает областные центры и близлежащие населенные пункты. Распространение осуществляется через аналоговое и цифровое эфирное вещание, кабельные сети, IPTV и онлайн-платформы.

К таким телеканалам относятся, например: Жетісу, KÓKSHE, Рика ТВ, Caspian News, ТВК-6, ALTAI, JAMBYL, AQJAIYQ, Ulytau, AQTAU, Первый Карагандинский, QOSTANAI, Кызылорда, КТК-7, QYZYLJAR, Elnur TV и другие. Благодаря региональным телеканалам жители получают актуальные новости, а также культурный и общественный контент, отражающий особенности их регионов.

1.1.4. Иностранные телеканалы

Вместе с отечественными вещателями в медиапространстве Казахстана представлены и иностранные телеканалы. По состоянию на 2025 год в стране зарегистрировано 306 зарубежных телеканалов, что составляет значительную часть телевизионного рынка. Наибольшую долю среди них занимают российские телеканалы, за ними следуют британские, американские и французские. Динамика количества иностранных каналов также демонстрирует устойчивый рост: в 2023 году было зарегистрировано 297 телеканалов, в 2024 году – 301, а в 2025 году – 306.

Иностранные вещатели предлагают широкий спектр программ – от новостных и документальных проектов до культурного и развлекательного контента. Их присутствие способствует расширению информационного разнообразия и отражает открытость медиапространства Казахстана для международных телевизионных проектов.

1.2. Уровень осведомленности населения о казахстанских телеканалах

Результаты Установочных исследований¹ показывают, что большинство казахстанцев хорошо знакомы с основными казахстанскими телеканалами, что свидетельствует о высоком уровне их охвата и значимости в медиапространстве. Для оценки уровня осведомленности используется вопрос: «Какие из перечисленных телеканалов можно принимать у Вас дома?» Такой подход позволяет фиксировать как спонтанное, так и подсказанное знание телеканалов, а также определить степень их доступности и распространенности среди населения.

Ниже представлены данные Установочного исследования по уровню осведомленности о телеканалах за 2023–2025 годы.

Таблица 1. Осведомленность о приеме телеканалов. Данные K-Research Central Asia: Установочное исследование, города с населением 100 000+ человек, респонденты 15+ лет

№	Телеканал	2023	2024	2025
1	1-й канал Евразия	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	Седьмой канал	94%	94%	96%
8	24 KZ	95%	94%	96%
9	31 Канал	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	CTC International	-	-	61%
20	Семейное Кино	-	60%	60%
21	Мировое Кино	-	59%	60%

¹ Установочное исследование – это исследование, направленное на выявление изменений в структуре потребления телевизионного контента, а также на отслеживание актуальных тенденций в предпочтениях телеаудитории. Опрос проводится один раз в год методом CATI (телефонные интервью) в крупных городах Казахстана с численностью населения от 100 000 человек и более. В выборку включаются респонденты в возрасте 15 лет и старше.

№	Телеканал	2023	2024	2025
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%
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%

Лидерами по уровню осведомленности среди казахстанских зрителей остаются 1-й канал Евразия, Хабар, КТК и Qazaqstan, уровень узнаваемости которых в 2025 году достигает 97%. Высокие показатели также демонстрируют телеканалы 31 канал, 24KZ, 7 канал, Qazsport, Мир, Balapan и Astana TV, уровень осведомленности о которых превышает 95%.

Относительно высокую узнаваемость сохраняют НТК, Almaty TV, Atameken Business и Jibek Joly, которые известны значительной части аудитории. При этом по ряду телеканалов наблюдается рост показателей осведомленности по сравнению с предыдущими годами, что может быть связано с расширением их вещания, активным продвижением контента и развитием цифровых платформ.

В 2024–2025 годах в исследовании также представлены новые телеканалы, такие как Sport Plus Qazaqstan, CTC International, Ren-TV International и ряд тематических кинематографических каналов, что отражает продолжающееся расширение телевизионного предложения и разнообразие тематического контента на рынке.

В целом данные исследования подтверждают высокий уровень узнаваемости ведущих телеканалов Казахстана и демонстрируют устойчивое положение телевидения как важного элемента медиасистемы страны.

Телевизионная отрасль Казахстана продолжает развиваться как многокомпонентная медиасистема, сочетающая государственные, коммерческие, нишевые и региональные каналы. Разнообразие форматов и тематик вещания обеспечивает широкий спектр контента для различных аудиторий. Одновременно развитие цифровых технологий и интеграция телевизионных каналов с интернет-платформами способствует расширению охвата аудитории и повышению доступности медиаконтента. Значительное присутствие иностранных телеканалов также обогащает информационное пространство, способствуя международному обмену информацией и культурой.

1.3. Способы доставки ТВ-сигнала

В Казахстане доставка телевизионного сигнала осуществляется несколькими способами, каждый из которых имеет свои особенности и преимущества, обеспечивая широкий охват и высокое качество вещания. Основные способы доставки телевизионного сигнала включают эфирное телевидение (аналоговое и цифровое), спутниковое телевидение, кабельное телевидение и IP TV.

Аналоговое эфирное телевидение исторически являлось основным способом передачи телевизионного сигнала с момента появления телевидения и до начала внедрения цифровых технологий. При аналоговом вещании используется непрерывный электрический сигнал, передающий изображение и звук. Однако аналоговый сигнал чувствителен к помехам и ухудшается по мере увеличения расстояния от передающей станции, что может приводить к снижению качества изображения и звука. Несмотря на это, аналоговое телевидение длительное время оставалось основным способом просмотра телевизионных программ в Казахстане.

С 2012 года в Казахстане осуществляется поэтапный переход на цифровое эфирное телевидение (ЦЭТВ). Данный процесс направлен на повышение качества телевизионного сигнала и расширение количества доступных каналов.

По состоянию на 1 января 2026 года переход на цифровое эфирное телевидение завершен в городах Астана, Алматы и Шымкент, а также в Павлодарской, Костанайской, Алматинской, Жамбылской, Туркестанской, Мангистауской, Северо-Казахстанской, Улытауской, Жетысуской, Карагандинской, Восточно-Казахстанской, Абайской, Кызылординской и Атырауской областях.

При этом в отдельных регионах страны процесс цифровизации продолжается: 73 радиотелевизионные станции (РТС) еще не перешли на цифровой формат вещания.

Цифровое эфирное телевидение основано на современном стандарте DVB-T2, который обеспечивает более устойчивую передачу сигнала, высокое качество изображения и звука, а также возможность трансляции нескольких телеканалов в одном частотном диапазоне. Благодаря этим преимуществам цифровое вещание постепенно заменяет устаревший аналоговый формат и становится ключевым направлением развития телевизионной инфраструктуры страны.

Спутниковое телевидение – это современная технология передачи телевизионного сигнала, при которой в качестве ретранслятора используются искусственные спутники, расположенные на геостационарной орбите Земли. Эти спутники принимают сигнал с передающей станции на Земле, усиливают его и направляют обратно на широкую территорию, охватывая тысячи квадратных километров. Для приема сигнала абонентам требуется специальное оборудование – спутниковая антенна (тарелка), конвертер и ресивер, которые обеспечивают качественное и стабильное изображение и звук, даже в самых удаленных и труднодоступных регионах. В Казахстане спутниковое телевидение играет важную роль в обеспечении доступа к телевизионному контенту на всей территории страны, включая отдаленные районы, где другие виды вещания, такие как кабельное или эфирное, могут быть ограничены или недоступны. Национальные спутники «KazSat-2» и «KazSat-3» обеспечивают широкое покрытие и стабильную трансляцию множества телеканалов. Благодаря спутниковому ТВ жители Казахстана получают доступ к разнообразным отечественным и зарубежным каналам с высоким качеством сигнала.

Кабельное телевидение – это технология передачи телевизионного сигнала через проводные сети, чаще всего с использованием коаксиального кабеля. Кабельное телевидение обеспечивает стабильную и высококачественную передачу изображения и звука, минимизируя помехи и потери сигнала. Телевизионный контент поступает оператору через спутниковые или другие каналы, после чего распределяется по кабельной сети непосредственно в дома абонентов.

В Казахстане кабельное телевидение широко распространено, особенно в городах и населенных пунктах с развитой инфраструктурой. Операторы предлагают своим клиентам разнообразные пакеты каналов, включая отечественные и зарубежные телеканалы, а также дополнительные услуги – интернет и телефонию. Современные кабельные сети поддерживают передачу цифрового сигнала в стандарте DVB-C, что позволяет транслировать множество каналов с высоким качеством изображения, включая HD-формат. Для приема кабельного ТВ требуется подключение к сети оператора и наличие специального ресивера (приставки), который декодирует цифровой сигнал и обеспечивает совместимость с телевизором. Кабельное телевидение в стране остается востребованным способом просмотра ТВ благодаря стабильности сигнала, широкому выбору каналов и возможности подключения дополнительных сервисов.

IP TV (Internet Protocol Television) – это современная технология цифрового телевидения, при которой телевизионный сигнал передается через интернет-протокол (IP). В отличие от традиционных способов вещания, IP TV позволяет получать телевизионный контент не через эфирную антенну, спутник или кабель, а по высокоскоростному интернет-соединению. Для использования IP TV достаточно иметь стабильный интернет и специальное приложение или приставку.

В Казахстане IP TV активно развивается и становится одним из популярных способов получения телевизионного контента. Провайдеры предлагают широкий выбор каналов, включая отечественные и зарубежные, а также дополнительные услуги (например, видео по запросу (VOD), интерактивное меню и другие).

Результаты Установочного исследования демонстрируют изменения в структуре потребления различных типов телевизионного сигнала в крупных городах Казахстана за последние три года. Аналоговое эфирное телевидение полностью исчезло из структуры телесмотрения городского населения.

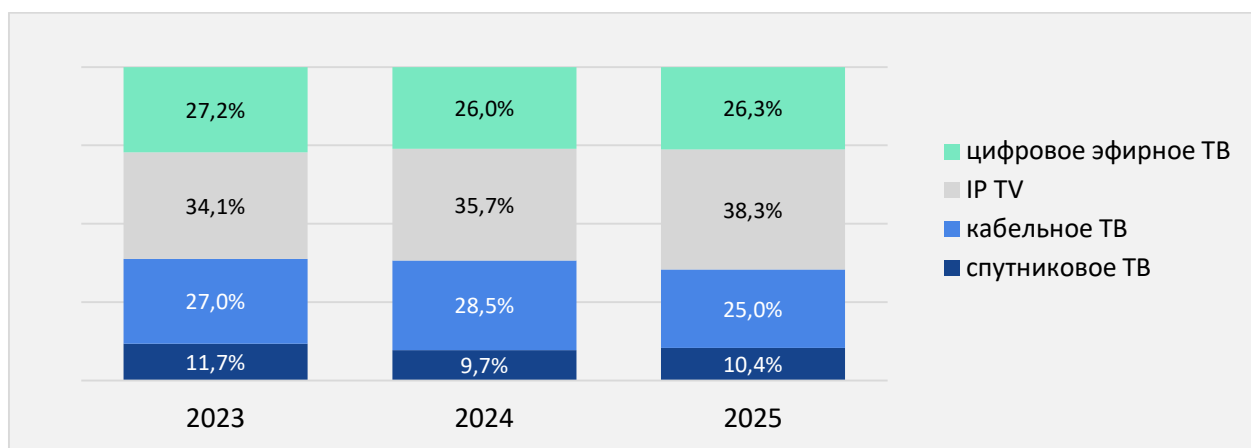
Цифровое эфирное ТВ сохраняет относительно стабильные позиции: его доля составила 27,2% в 2023 году, 26,0% в 2024 году и 26,3% в 2025 году, что свидетельствует о стабильном уровне использования данного типа сигнала среди зрителей.

Наиболее заметный рост демонстрирует интернет ТВ (IP TV). Его доля увеличилась с 34,1% в 2023 году до 38,3% в 2025 году.

Кабельное телевидение, напротив, демонстрирует снижение: если в 2024 году его доля составляла 28,5%, то в 2025 году она сократилась до 25,0%.

Спутниковое телевидение после снижения в предыдущем периоде показало небольшое восстановление: его доля увеличилась с 9,7% в 2024 году до 10,4% в 2025 году.

Рисунок 1. Тип подключения к ТВ-сигналу. Данные K-Research Central Asia: Установочное исследование, города с населением 100 000+ человек, домохозяйства



Таким образом, структура телевизионного потребления в Казахстане постепенно смещается в сторону цифровых и интернет-форматов. Наиболее динамично растущим сегментом остается интернет ТВ, что отражает изменение зрительских предпочтений и рост доступности высокоскоростного интернета. Современные форматы телепросмотра обеспечивают пользователям большую гибкость, интерактивность и возможность потреблять медиаконтент в удобное время и на различных устройствах.

1.4. Основные операторы и провайдеры

Основным оператором цифрового эфирного телевидения в Казахстане является национальная компания АО «Казтелерадио», которая реализует масштабный проект по переходу страны на цифровое вещание. Оператор обеспечивает трансляцию государственных телеканалов и развитие инфраструктуры цифрового эфирного телевидения на всей территории страны.

По данным Министерства культуры и информации Республики Казахстан, в 2025 году в стране зарегистрировано 10 спутниковых операторов, 113 кабельных операторов и 6 операторов по сети коммуникаций, предоставляющих услуги телевизионного вещания.

Кабельное телевидение представлено как крупными национальными провайдерами, так и региональными операторами. Среди наиболее крупных компаний можно выделить Алма ТВ, Alacast (KT ID TV), Aziasell (KT Digital TV) и Terraline, которые распространяют услуги на значительной части территории страны, тогда как остальные операторы работают преимущественно в региональном формате, обслуживая отдельные города и области.

Согласно данным Установочного исследования 2025 года, наибольшее проникновение среди кабельных операторов имеют Aziasell (13%) и Алма ТВ (12%), что свидетельствует о сохраняющихся позициях этих компаний на рынке кабельного телевидения.

Спутниковый сегмент рынка также представлен несколькими операторами, имеющими лицензии на вещание на всей территории страны. Среди них выделяются такие компании, как Казтелерадио (бренд Ottau TV) и TV Commerce, предлагающие

широкий выбор телеканалов и обеспечивающие доступ к телевизионному контенту в том числе в удаленных и труднодоступных регионах страны.

Рынок интернет-телевидения (IP TV) в Казахстане продолжает активно развиваться. Среди наиболее известных провайдеров можно выделить ID TV (от национального оператора «Казахтелеком»), Bee TV и Алма ТВ, предлагающих услуги интернет-телевидения и интерактивные сервисы. Согласно данным Установочного исследования 2025 года, наибольшее проникновение среди интернет-операторов имеют ID TV (20%), Bee TV (12%) и Алма ТВ (4%).

В целом рынок телевизионных операторов Казахстана представлен разнообразием технологий доставки сигнала и широким кругом провайдеров. Наряду с традиционными форматами теле вещания продолжается развитие интернет-телевидения, что отражает общую тенденцию цифровизации медиапотребления и расширяет возможности доступа аудитории к телевизионному контенту.

1.5. Методология замера телесмотрения

TV Index 100 000+ – это система измерения телевизионной аудитории, реализуемая на территории Казахстана. Проект направлен на сбор и анализ данных о телесмотрении, включая аудиторные показатели телеканалов, а также поведенческие и демографические характеристики аудитории.

Собранные данные используются участниками медиарынка – телеканалами, рекламными агентствами и рекламодателями – для решения прикладных задач, таких как формирование программной сетки, медиапланирование, оценка эффективности размещения и закупка рекламного времени. Система предоставляет стандартизированные метрики, необходимые для сопоставления данных между различными игроками индустрии.

Объектом измерения является линейный просмотр телевидения. Измерения производятся с помощью портативных пиплметров (Portable People Meter, PPM) – компактных устройств, которые участники панели носят с собой. Эти устройства распознают специально закодированные аудиосигналы, встроенные в телеэфир. Таким образом, пиплметры фиксируют факт просмотра, вне зависимости от того, где он происходил – дома или вне дома. Передача собранной информации происходит автоматически: данные сохраняются в памяти устройства и регулярно отправляются в централизованную базу для последующей обработки и анализа.

Аудитория измеряется на репрезентативной панели, охватывающей население всех городов Казахстана с численностью более 100 тысяч человек. В состав панели входят все члены домохозяйства в возрасте от 6 лет и старше, представляющие разные социально-демографические группы. Респонденты участвуют в проекте добровольно. Также на постоянной основе проводится ротация и обновление панели, обеспечивающие ее соответствие текущей структуре населения.

Перед отбором домохозяйств ежегодно проводится масштабное Установочное исследование, позволяющее получить актуальную информацию о структуре населения по социально-демографическим и техническим характеристикам. В предыдущие годы объем исследования составлял около 3 000 интервью, однако в 2025 году выборка была расширена до 5 105 интервью, проведенных комбинированным методом: телефонных опросов (CATI) и онлайн-интервью (CAWI).

На основе детального анализа результатов Установочного исследования формируются контрольные параметры – характеристики, существенно влияющие на поведение телезрителей и, соответственно, требующие точного отражения в

структуре панели. Например, одним из таких параметров является тип подключения к телевизионному сигналу, который подлежит постоянному мониторингу и контролю при формировании панели.

В рамках исследования контролируются следующие параметры:

- Индивидуальные характеристики: возраст, пол, образование, занятость, национальность, семейный статус;
- Характеристики домохозяйства: регион проживания, количество человек в домохозяйстве, язык общения в семье;
- Характеристики телевизионного оборудования: тип доставки ТВ-сигнала (эфирный/неэфирный), количество телевизоров, наличие телевизора с функцией Smart TV.

Кроме того, данные Установочного исследования используются для формирования базы панельного резерва – набора домохозяйств, соответствующих ключевым контрольным параметрам. Эта база позволяет поддерживать репрезентативность панели без дополнительных полевых работ, оперативно восполняя выборку в случае, если текущие респонденты выбывают, отказываются от участия или перестают соответствовать необходимым характеристикам.

Параллельно с измерением аудитории, система непрерывно записывает телеэфир – 24 часа в сутки. Все эфирные события (передачи, реклама и т.д.) детально маркируются по жанру, длительности, стране производства, рекламодателю, бренду, товарной категории и другим атрибутам. Это формирует мониторинговые данные эфира для точного сопоставления с данными, полученными от пиплметров (аудиторные данные).

После сбора информация проходит многоступенчатую обработку:

- валидация (проверка корректности),
- взвешивание (учет социально-демографических данных),
- экстраполяция (распространение результатов на все население),

Предварительные данные доступны на следующий рабочий день после эфира. Окончательные данные – на третий рабочий день. Доступ к данным осуществляется через программное обеспечение Instar Analytics, которое предоставляет широкий функционал: формирование отчетов по каналам, программам, рекламным блокам, динамике телесмотрения, целевым группам и эффективности медиапланов.

1.6. Особенности телевизионного ландшафта малых городов и сельских населенных пунктов

В 2025 году система телевизионных измерений в Казахстане получила дальнейшее развитие. Национальная Медиа Ассоциация совместно с исследовательской компанией K Research Central Asia провели дополнительное Установочное исследование, направленное на изучение структуры телевизионного потребления в малых городах и сельских населенных пунктах Республики Казахстан (TV Index 100 000-).

Полевой этап исследования проходил в период с февраля по апрель 2025 года методом личных интервью с использованием планшетов (Face-to-Face, F2F). Всего было проведено 3 035 интервью. Полученные данные позволили оценить

особенности телевизионного потребления за пределами крупных городов и стали основой для тестового режима расширенного телевизионного измерения.

Результаты Установочного исследования TV Index 100 000- показали, что телевизионное потребление в малых городах и сельских населенных пунктах имеет ряд отличий от крупных городов. В данной географии выше распространенность эфирного и спутникового телевидения: доля домохозяйств с эфирным подключением составляет 39,5%, тогда как в городах с населением свыше 100 тыс. человек – 26,0%. Спутниковое телевидение используют 16,1% домохозяйств против 9,7% в крупных городах. В то же время проникновение кабельного телевидения значительно ниже и составляет 6,5% против 28,5% в городах 100 000+.

Отдельно стоит отметить различия в уровне телесмотрения. В малых городах и сельских населенных пунктах телевидение имеет более высокие показатели потребления: среднее время просмотра составляет 204 минуты в сутки против 151 минуты в крупных городах, а среднесуточный охват достигает 59,6% против 48,2%. При этом проникновение телевизоров с функцией Smart TV здесь несколько ниже – 68,4% против 72,5%.

Также исследование показало более высокую долю населения, предпочитающего общение на казахском языке дома (60,9% против 50,7% в городах 100 000+), что отражает особенности языковой структуры аудитории малых населенных пунктов.

Инициатива по включению малых городов и сельских населенных пунктов стала важным этапом развития национальной системы измерения телесмотрения. На протяжении последних лет регулярные измерения телевизионной аудитории проводились преимущественно в 21 городе Казахстана с населением свыше 100 тысяч человек, которые формируют основную часть телевизионного рекламного рынка страны.

Глава 2. Аудитория казахстанских телеканалов

Данная глава посвящена обзору ключевых характеристик телесмотра в Казахстане за 2023–2025 годы. В ней рассматриваются основные тенденции в объемах и структуре телесмотра, включая суточные и сезонные колебания, а также различия между будними и выходными днями. Описана динамика показателей телеканалов, таких как охват, время просмотра и доля аудитории.

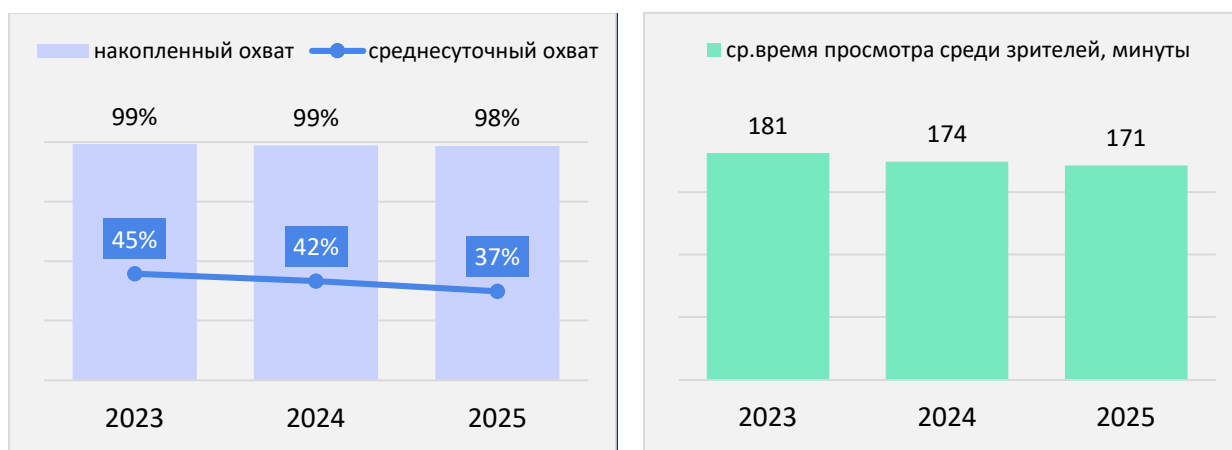
Завершающая часть главы включает обобщенный портрет телевизионной аудитории с учетом демографических и социальных характеристик. Представленные данные позволяют оценить текущее состояние телесмотра и проследить изменения в поведении аудитории в условиях трансформации медиапотребления.

2.1. Общие характеристики телесмотра

В 2025 году телевизор хотя бы один раз смотрели 98,4% жителей крупных городов Казахстана в возрасте от 6 лет и старше. При этом ежедневно телевизор включали 37,3% населения, а среднее время просмотра среди зрителей составило 171 минуту в день.

Среднесуточный охват телевидения и среднее время просмотра постепенно снижаются, отражая общемировую тенденцию трансформации медиапотребления. Однако это сокращение происходит постепенно, без резких изменений, что свидетельствует о сохранении значительной и лояльной аудитории телевидения.

Рисунок 2. Аудиторные показатели ТВ. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rch%, AvRch%, AvAud(View)[min]

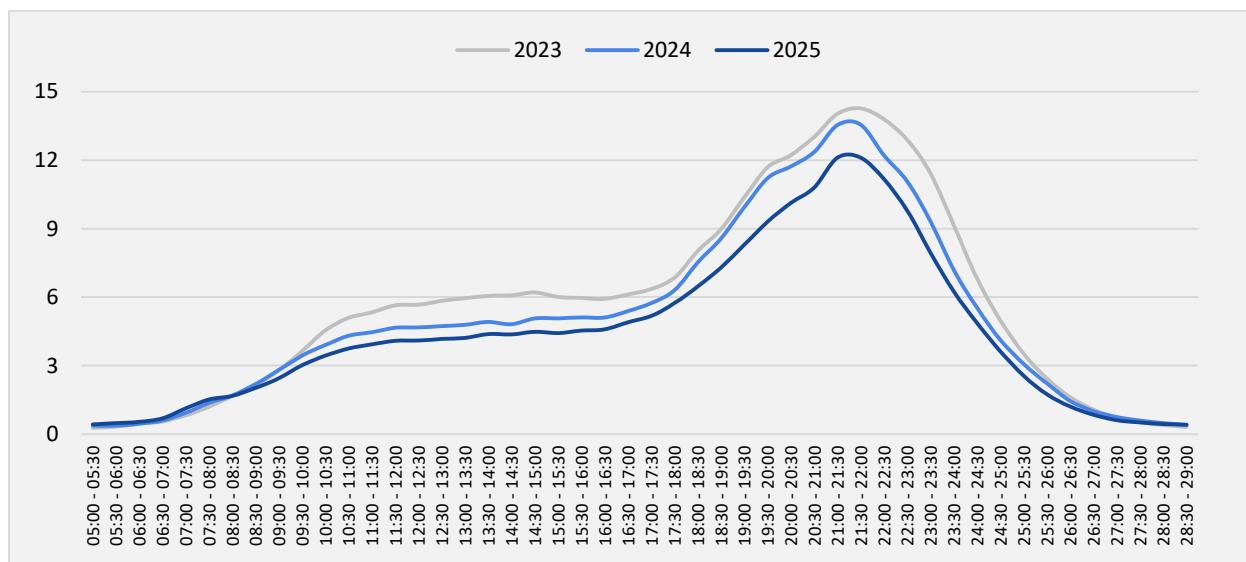


Телесмотрение представляет собой динамичный процесс, подчиняющийся определенному ритму. Подобно тому как меняется активность населения в течение дня, изменяется и взаимодействие аудитории с телевизором.

Утренние и дневные часы традиционно характеризуются более низкой активностью телесмотра, поскольку значительная часть аудитории занята работой, учебой и повседневными делами. В это время показатели рейтинга телеканалов, как правило, остаются относительно невысокими.

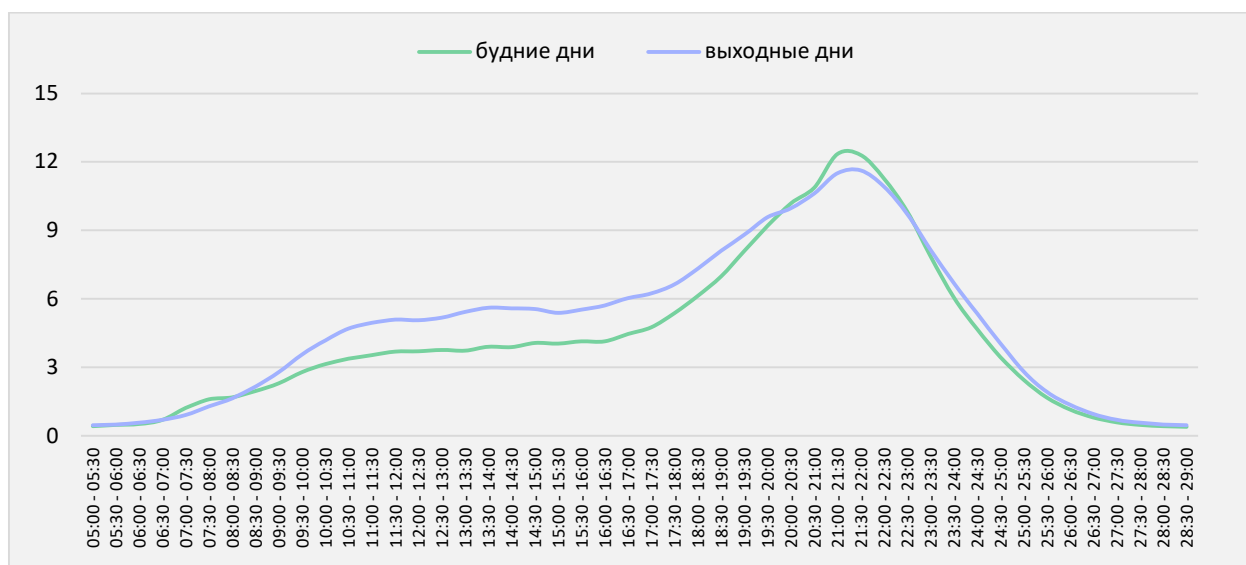
Наибольшая активность телесмотрения наблюдается в вечернее время, особенно в прайм-тайм – с 18:00 до 24:00, когда большинство людей возвращается домой и уделяет внимание просмотру новостей, развлекательных программ, сериалов и т.д. Этот временной промежуток традиционно является пиком телесмотрения и имеет ключевое значение для телеканалов и рекламодателей.

Рисунок 3. Ритм жизни аудитории ТВ. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%



Существенные различия наблюдаются также между будними и выходными днями. В выходные дни утренний и дневной просмотр заметно выше, поскольку распорядок дня у большинства людей становится более свободным и телевизор чаще включают уже в первой половине дня. В будние дни, напротив, активность телесмотрения в дневные часы остается относительно низкой и постепенно возрастает к вечеру.

Рисунок 4. Ритм жизни аудитории ТВ. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, 2025 год, Rtg%

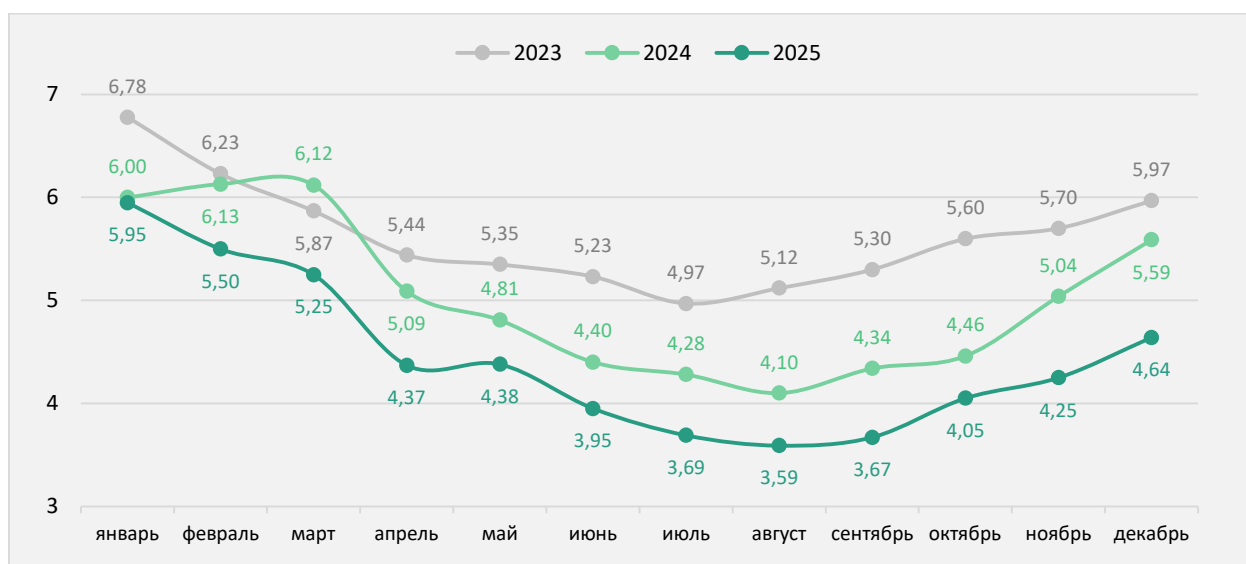


Помимо суточных колебаний, на активность телесмотрения заметно влияет сезонный фактор. В Казахстане сезонность телесмотрения проявляется в устойчивом ежегодном цикле: в зимние месяцы показатели традиционно выше, тогда как летом наблюдается их снижение. На протяжении последних лет наиболее высокие рейтинги фиксируются в январе, феврале и декабре, когда холодная погода и праздничные выходные способствуют тому, что люди проводят больше времени дома.

В летние месяцы (июнь – август), напротив, показатели телесмотрения достигают минимальных значений. Это связано с теплой погодой, периодом отпусков и каникулами, когда жители чаще проводят время вне дома. В 2025 году минимальные значения наблюдались в августе (3,59%), что подтверждает традиционную летнюю сезонность телесмотрения.

Осенние и весенние месяцы демонстрируют промежуточные значения: с сентября телесмотрение постепенно увеличивается по мере возвращения аудитории к рабочему и учебному ритму, достигая более высоких значений к концу года.

Рисунок 5. Сезонность телесмотрения. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%



Несмотря на сезонные колебания телесмотрения, структура телевизионного рынка Казахстана остается относительно устойчивой. Динамика доли телеканалов за последние три года позволяет проследить ключевые изменения в расстановке сил и оценить позиции основных игроков рынка.

Ниже представлен график, демонстрирующий динамику доли телеканалов Казахстана за период 2023–2025 годов. Данные показывают высокий уровень конкуренции между каналами и постепенное перераспределение доли аудитории внутри рынка.

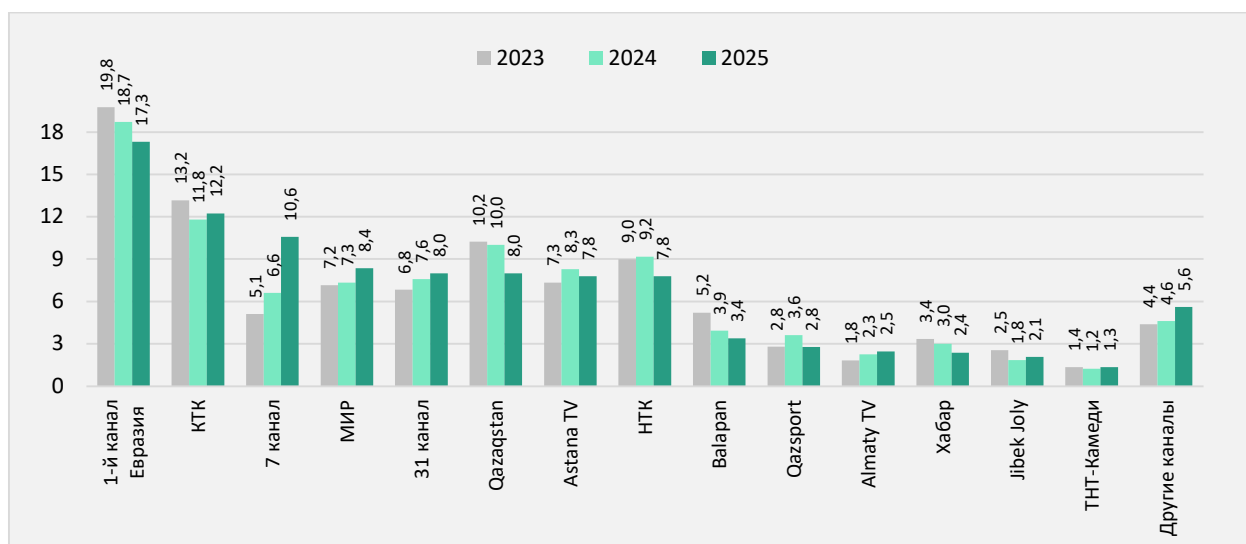
На протяжении трех лет телеканал 1-й канал Евразия сохраняет лидерство по доле аудитории, однако его показатели демонстрируют постепенное снижение – с 19,8% в 2023 году до 17,3% в 2025 году. Несмотря на это, канал продолжает удерживать первое место на телевизионном рынке страны. Вторую позицию занимает телеканал КТК, доля которого после снижения в 2024 году частично восстановилась и составила 12,2% в 2025 году.

При этом у ряда традиционных лидеров наблюдается постепенное снижение доли аудитории. Такая динамика свидетельствует о перераспределении телесмотрения между каналами и усилении конкуренции на телевизионном рынке.

Наиболее значимым изменением в структуре телесмотрения стало существенное укрепление позиций 7 канала. За период 2023–2025 годов его доля аудитории увеличилась более чем в два раза, что позволило каналу войти в число ведущих игроков рынка. За рассматриваемый период его доля выросла с 5,1% в 2023 году до 10,6% в 2025 году, что позволило каналу занять третье место среди всех телеканалов. Подобная динамика является одной из самых заметных на телевизионном рынке Казахстана за последние годы. Вероятно, такая динамика связана с развитием программной сетки телеканала и расширением контентного предложения, что позволило привлечь дополнительную аудиторию.

Стабильные позиции на рынке сохраняют телеканалы МИР, 31 канал, Qazaqstan, Astana TV и НТК, доли которых находятся в относительно близком диапазоне и отражают устойчивый интерес аудитории. При этом у ряда каналов наблюдаются умеренные колебания показателей.

Рисунок 6. Доля телеканалов. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Share%



Среди тематических каналов Balapan остается одним из наиболее популярных детских телеканалов, хотя его доля постепенно снижается. Спортивный телеканал Qazsport демонстрирует колебания показателей, что может быть связано с сезонностью спортивных трансляций.

Телеканал Almaty TV показывает постепенный рост доли аудитории, тогда как у телеканала Хабар в последние годы наблюдается снижение показателей. Доли телеканалов Jibek Joly и ТНТ-Камеди остаются относительно стабильными.

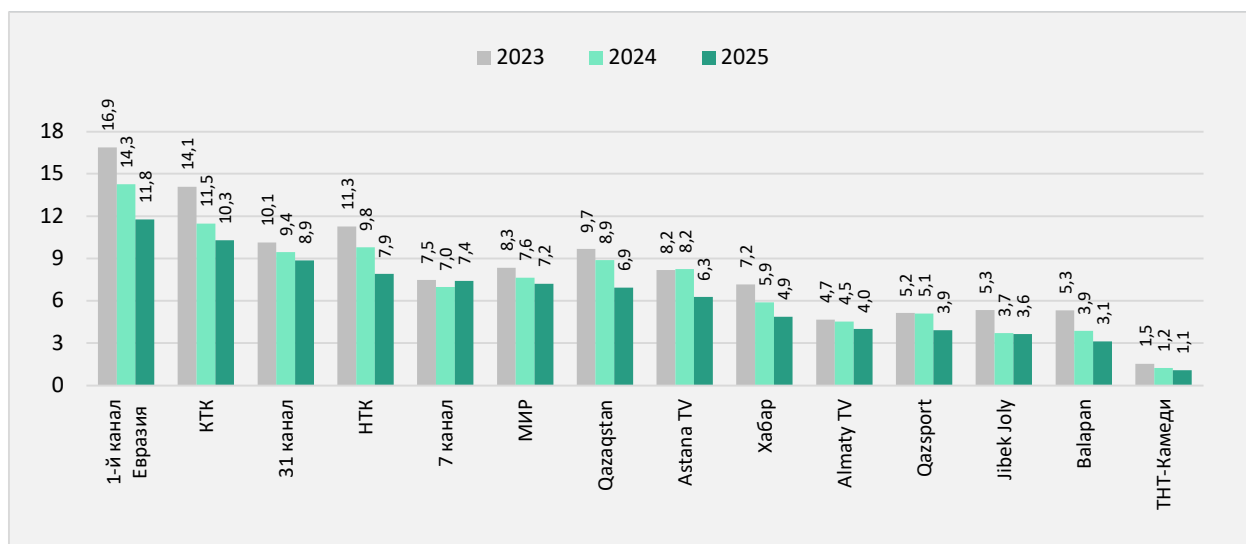
Доля телеканала зависит от двух основных факторов – количества зрителей, которые его смотрят, и времени, которое они проводят за просмотром. Поэтому для более глубокого анализа позиций телеканалов важно также рассмотреть показатели среднесуточного охвата и среднего времени просмотра среди зрителей.

По показателю среднесуточного охвата лидирующие позиции сохраняют 1-й канал Евразия, КТК, 31 канал и НТК. Несмотря на общее снижение показателей за период 2023–2025 годов, данные телеканалы продолжают привлекать наибольшее

количество зрителей. В 2025 году среднесуточный охват 1-го канала Евразия составил 11,8%, КТК – 10,3%, а 31 канала – 8,9%.

В то же время у большинства телеканалов наблюдается постепенное снижение среднесуточного охвата. Такая динамика может свидетельствовать о росте конкуренции на телевизионном рынке и изменении структуры медиапотребления аудитории. Исключением является 7 канал, который демонстрирует небольшой рост охвата и сохраняет устойчивый интерес аудитории.

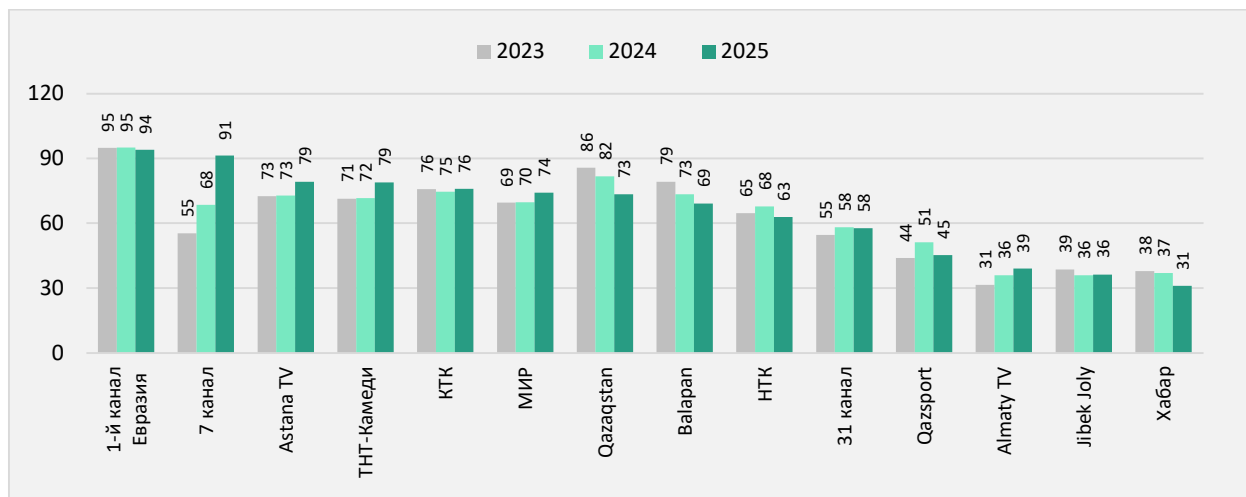
Рисунок 7. Среднесуточный охват телеканалов. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, AvRch%



По показателю среднего времени просмотра среди зрителей лидирующие позиции сохраняет 1-й канал Евразия – около 94 минут в день. Высокие показатели вовлеченности аудитории также демонстрируют 7 канал, Astana TV, ТНТ-Камеди, КТК и МИР.

Особенно заметный рост среднего времени просмотра наблюдается у 7 канала: показатель увеличился с 55 минут в 2023 году до 91 минуты в 2025 году, что свидетельствует о значительном усилении интереса аудитории к контенту телеканала.

Рисунок 8. Среднее время просмотра среди зрителей. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, AvAud(view)[min]



Большинство других крупных телеканалов удерживают внимание аудитории на уровне 60–80 минут в день, что отражает стабильный уровень вовлеченности зрителей.

Таким образом, анализ доли аудитории, среднесуточного охвата и времени просмотра позволяет комплексно оценить позиции телеканалов на телевизионном рынке Казахстана. Несмотря на отдельные колебания показателей, ведущие телеканалы продолжают сохранять значительную аудиторию и высокий уровень вовлеченности зрителей.

Несмотря на развитие цифровых платформ и изменения в структуре медиапотребления, телевидение по-прежнему остается важной частью повседневной жизни казахстанцев. Большинство жителей страны продолжают регулярно смотреть телевизионный контент, что делает телевидение одним из наиболее массовых источников информации и развлечений.

При этом телесмотрение изменяется в зависимости от времени суток и времени года: утром и днем активность аудитории ниже, тогда как в вечерние часы и зимний период показатели телесмотрения достигают максимальных значений. Эти колебания напрямую связаны с образом жизни и повседневными привычками зрителей.

Понимание таких закономерностей позволяет телеканалам более эффективно формировать программную сетку, учитывать интересы аудитории и повышать вовлеченность зрителей. Все это подтверждает, что телевидение в Казахстане остается динамичным и устойчивым медиасегментом, продолжающим адаптироваться к изменениям медиасреды.

2.2. Профиль аудитории ТВ

2.2.1. Вклад в просмотр ТВ

Для понимания того, кто остается зрителем телевидения и как меняется его профиль, необходимо регулярно анализировать ключевые демографические и социальные характеристики аудитории. Такой анализ позволяет телеканалам адаптировать контент под актуальные запросы зрителей, а рекламодателям – более точно планировать медиаразмещение.

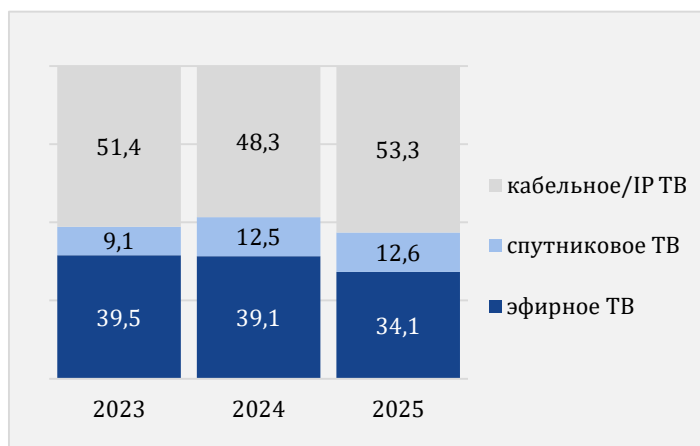
В данном разделе представлены основные тенденции телесмотрения в Казахстане за период 2023–2025 годов: технические характеристики телевизионного приёма, гендерная и возрастная структура аудитории, этнический и языковой профиль, а также вклад зрителей по типу занятости и уровню образования. Эти данные позволяют сформировать целостное представление о телевизионной аудитории и проследить, как она трансформируется в условиях изменения медиапотребления.

Одной из важных характеристик телевизионной аудитории является тип приема телевизионного сигнала в домохозяйстве, поскольку он влияет на доступность телеканалов и структуру телесмотрения.

В 2025 году наибольший вклад в просмотр телевидения обеспечивают зрители из домохозяйств, использующих кабельное и интернет-телевидение – на их долю приходится 53,3% (показатель TgSat% – доля от общей аудитории, вовлеченной в просмотр ТВ) общего объема телесмотрения. По сравнению с 2023 годом вклад этой категории аудитории увеличился (с 51,4%), что отражает постепенное развитие цифровых способов доставки телевизионного сигнала.

Вклад зрителей из домохозяйств, принимающих сигнал через эфирное телевидение, напротив, снижается – с 39,5% в 2023 году до 34,1% в 2025 году.

Рисунок 9. Профиль аудитории ТВ: тип подключения. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%



Спутниковое телевидение демонстрирует относительную стабильность: после роста в 2024 году вклад зрителей, использующих данный тип приёма сигнала, сохраняется на уровне около 12–13%.

При этом следует учитывать особенности структуры телевизионного предложения: эфирное телевидение включает небольшое количество телеканалов, тогда как операторы неэфирного телевидения предлагают значительно более

широкий набор телеканалов.

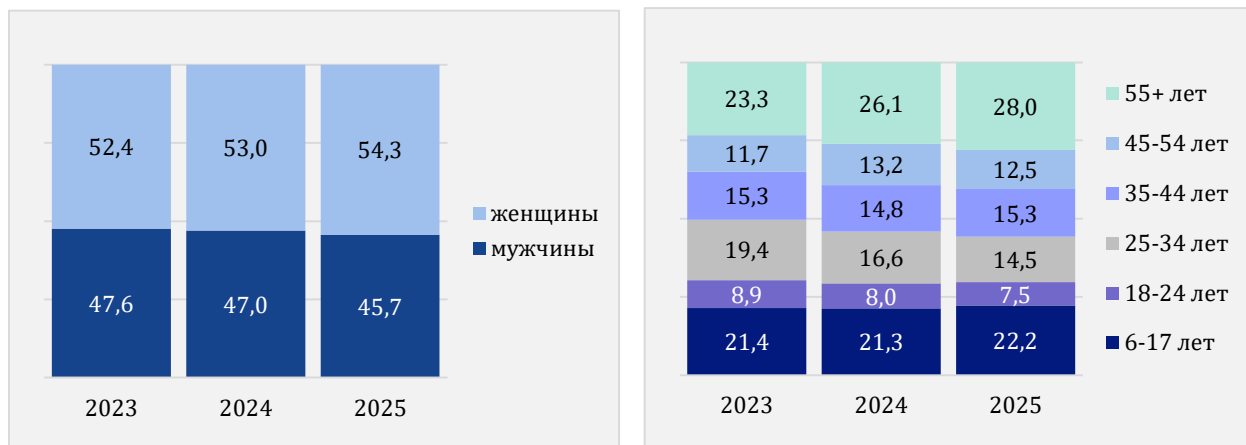
В телесмотрении в Казахстане по-прежнему не наблюдается значительного гендерного дисбаланса. Мужчины и женщины участвуют в телевизионной аудитории примерно пропорционально своей доле в населении. По показателю TgSat% женщины формируют около 54% телесмотрения, а мужчины – около 46%, что свидетельствует о сохранении универсального характера телевидения как медиаплатформы, одинаково доступной для обеих гендерных групп.

Если гендерная структура аудитории остаётся относительно стабильной, то возрастная структура телесмотрения демонстрирует заметные изменения. Наиболее значительный вклад в телесмотрение формирует старшая аудитория. Доля зрителей 55 лет и старше увеличилась с 23,3% в 2023 году до 28% в 2025 году, что подтверждает высокую лояльность этой возрастной группы к телевидению.

В то же время наблюдается постепенное снижение вклада молодой аудитории. Например, доля зрителей в возрасте 25–34 лет сократилась с 19,5% в 2023 году до 14,5% в 2025 году, а аудитории 18–24 лет – с 8,9% до 7,5%. Это отражает изменение медиапривычек молодых пользователей, которые всё чаще потребляют видеоконтент через цифровые платформы.

Категория зрителей 35–44 лет и 45–54 лет остается относительно стабильной, демонстрируя небольшие колебания показателей. При этом дети и подростки 6–17 лет продолжают занимать заметную долю телесмотрения – около 22%, что связано в том числе с совместным просмотром телевидения в семейном кругу.

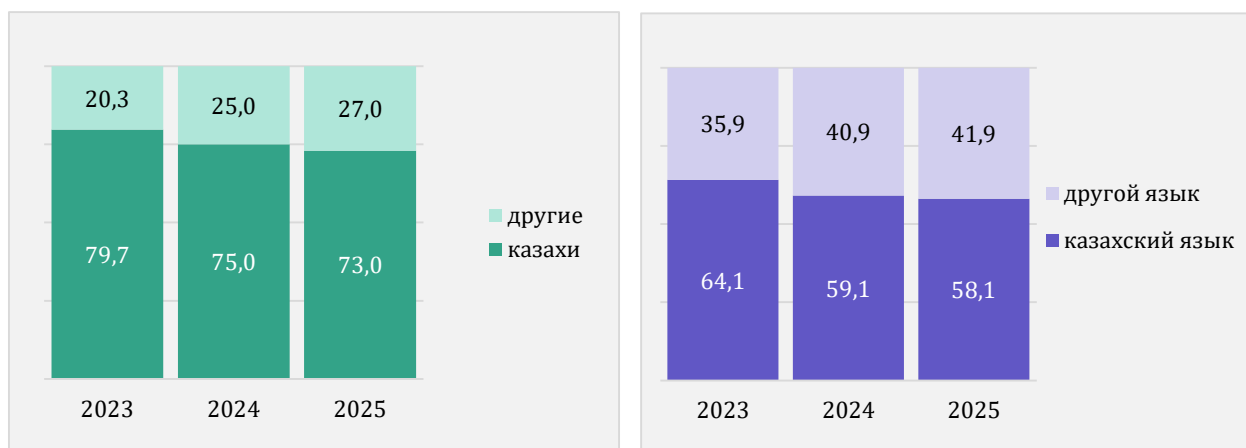
Рисунок 10. Профиль аудитории ТВ: пол и возрастные группы. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%



По национальному составу основную долю телевизионной аудитории составляют зрители казахской национальности, однако их вклад постепенно снижается. Если в 2023 году он составлял 79,7%, то в 2025 году снизился до 73%. Соответственно увеличивается доля зрителей других национальностей, которая достигла 27%.

Похожая динамика наблюдается и по языковому признаку. Несмотря на сохранение доминирования казахоязычной аудитории, её вклад постепенно сокращается – с 64,1% в 2023 году до 58,1% в 2025 году, тогда как доля зрителей, предпочитающих говорить на другом языке, увеличилась до 41,9%.

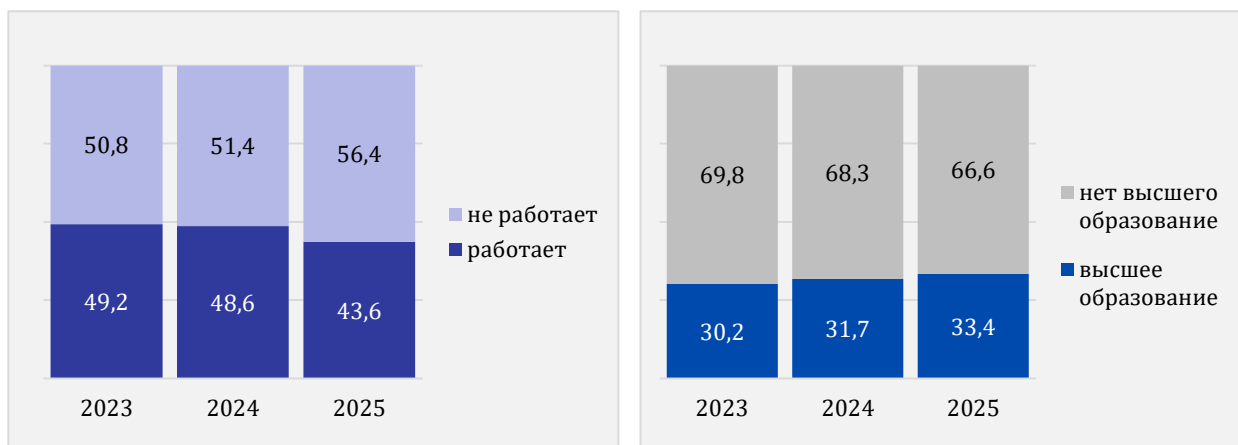
Рисунок 11. Профиль аудитории ТВ: национальность и язык общения дома. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%



В разрезе занятости около 43,6% телесмотрения обеспечивают работающие зрители, тогда как 56,4% приходится на неработающие группы населения. К этой категории относятся дети, подростки, студенты, пенсионеры, домохозяйки, а также временно незанятые. Особенности образа жизни этих групп могут способствовать более активному потреблению телевизионного контента.

С точки зрения уровня образования основной вклад в просмотр телевидения по-прежнему вносят зрители без высшего образования, однако их доля постепенно сокращается – с 69,8% в 2023 году до 66,6% в 2025 году. Соответственно растёт вклад аудитории с высшим образованием, доля которой увеличилась до 33,4%.

Рисунок 12. Профиль аудитории ТВ: занятость и образование. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%



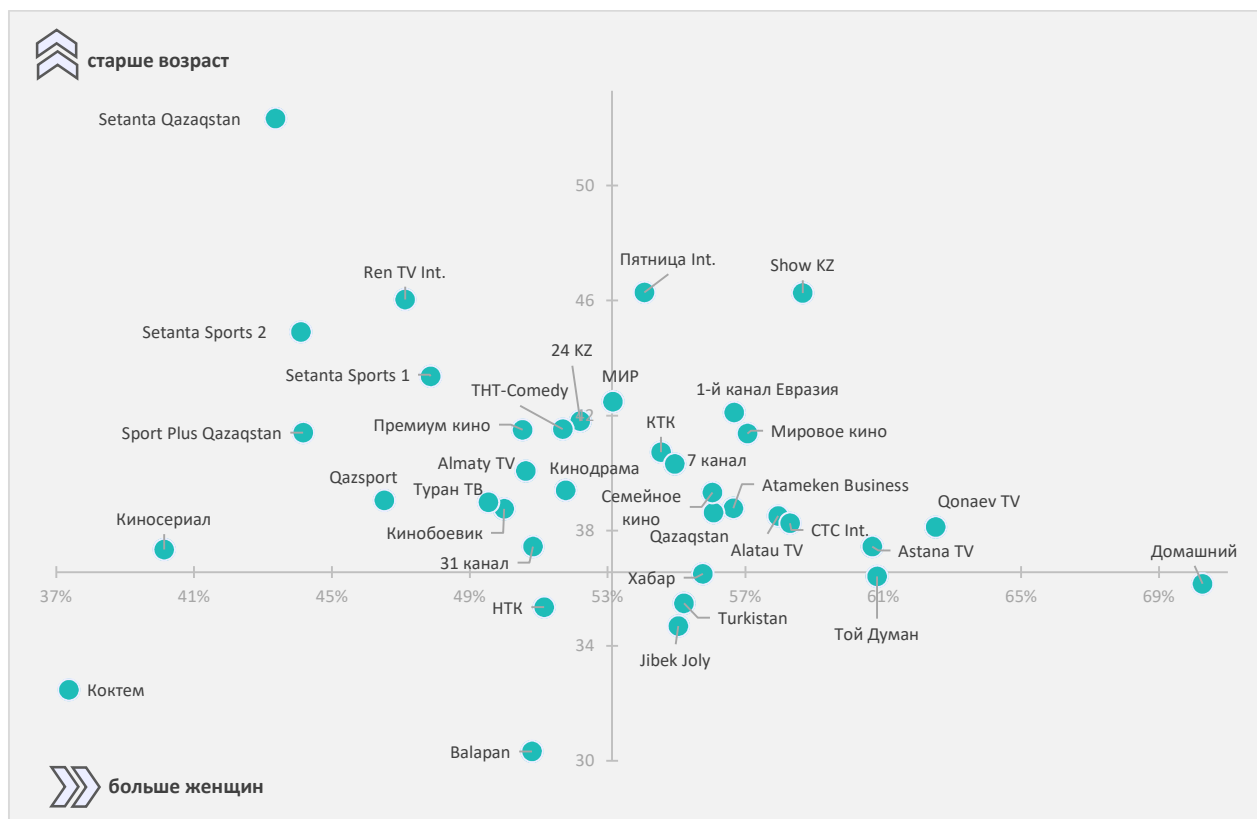
Таким образом, телевизионная аудитория Казахстана остаётся достаточно широкой и продолжает охватывать все ключевые социально-демографические группы населения. При этом её структура постепенно меняется: увеличивается вклад старших возрастных групп, тогда как доля молодой аудитории снижается. Подобная динамика соответствует общемировым тенденциям медиапотребления, при которых молодые пользователи всё чаще потребляют видеоконтент через цифровые и интернет-платформы.

2.2.2. Социально-демографический профиль аудитории телеканалов

В этом разделе рассмотрена аудитория телеканалов по полу и возрасту, а также по национальности и возрасту. Для анализа используется пузырьковая диаграмма, где зрители группируются по главным признакам: полу/национальности и возрасту. Такой подход позволяет визуально оценить, какая аудитория у телеканалов по сравнению с другими.

Чтение диаграммы устроено следующим образом: ось X – пол: чем правее расположен круг, тем больше женщин смотрит этот телеканал. По оси Y представлен средний возраст зрителей – от более молодой аудитории в нижней части к более возрастной в верхней.

Рисунок 13. Поло-возрастная структура аудитории телеканалов. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg(000), Universe, 2025 год



В левой нижней части графика располагаются телеканалы с более мужской и молодой аудиторией. К ним относятся телеканалы Киносериал и Коктем. Детский телеканал Balapan ожидаемо концентрирует самую молодую аудиторию (средний возраст зрителя около 30 лет), оставаясь при этом относительно сбалансированным по полу.

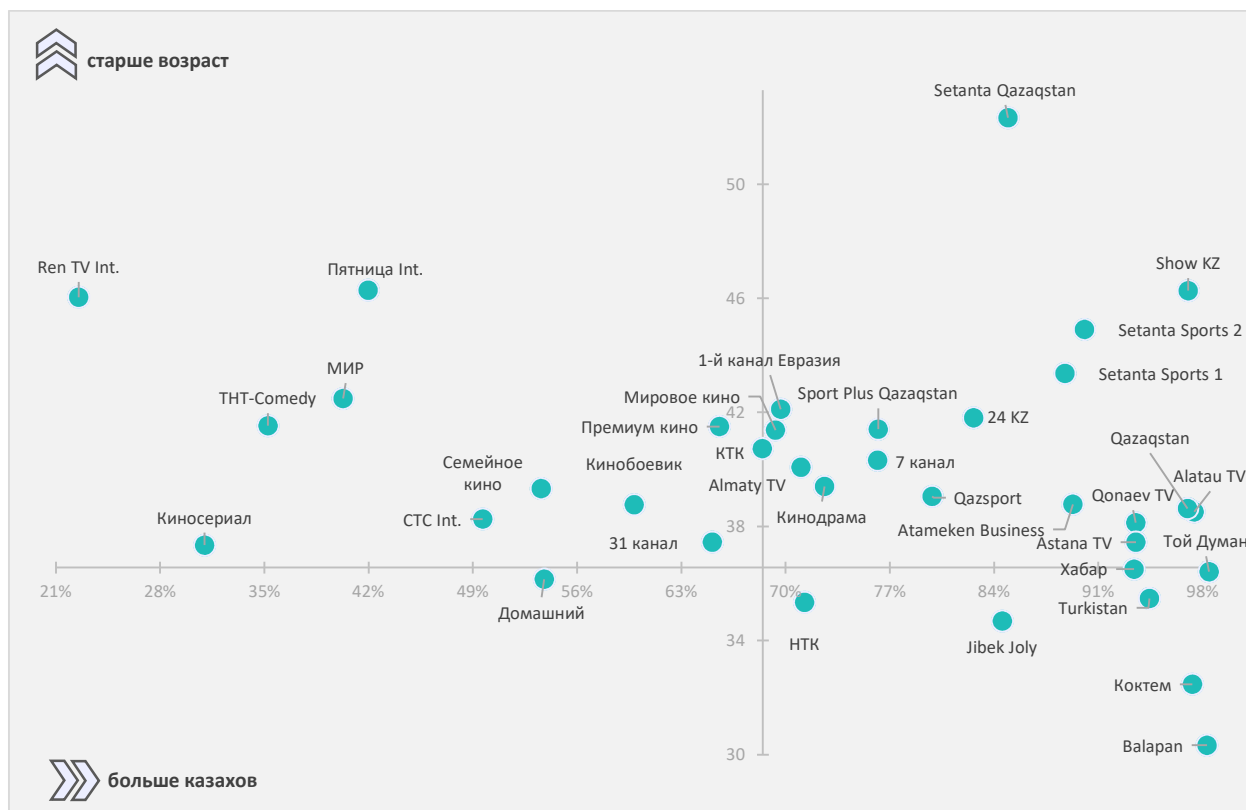
Спортивные телеканалы демонстрируют устойчивый перекося в сторону мужской аудитории и более возрастного профиля. В частности, Setanta Qazaqstan остается наиболее возрастным каналом в анализе (средний возраст аудитории 52 года) при выраженной мужской направленности. Каналы Setanta Sports 1 и Setanta Sports 2, а также Sport Plus Qazaqstan и Qazsport формируют устойчивый кластер спортивного контента с преобладанием мужской аудитории и средним возрастом выше среднего по рынку.

По мере смещения к центру диаграммы располагаются телеканалы со сбалансированной аудиторией по полу и возрасту, ориентированные на широкую аудиторию. К ним относятся МИР, Хабар, КТК, 7 канал, 31 канал, а также ряд других казахстанских телеканалов. Их аудитория характеризуется умеренным гендерным балансом (около 52–57% женщин) и средним возрастом в диапазоне 35–42 лет, что свидетельствует о широкой привлекательности телеканалов для массовой аудитории.

В правой части диаграммы сосредоточены телеканалы с выраженной женской аудиторией. Наиболее высокий показатель доли женщин наблюдается у телеканала Домашний – 70%. Также высокой долей женщин характеризуются Qonaev TV, Astana TV, CTC Int. и Той Думан. К этой же группе относятся Мировое кино, 1-й канал Евразия, Atameken Business и Alatau TV, демонстрирующие устойчивый перекося в сторону женской аудитории при среднем или более высоком возрасте зрителей.

Теперь рассмотрим сочетание возрастных характеристик с этническим составом аудитории. По оси X на диаграмме отражена доля аудитории казахской национальности среди зрителей телеканалов, по оси Y – средний возраст аудитории. Распределение каналов демонстрирует выраженную сегментацию по этим параметрам.

Рисунок 94. Национально-возрастная структура аудитории телеканалов. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg(000), Universe, 2025 год



В левой части диаграммы сосредоточены телеканалы с наименьшей долей казахской аудитории. К ним относятся Ren TV Int., Пятница Int., МИР и TNT-Comedy, где доля казахов варьируется примерно от 23% до 42%. Эти каналы в целом характеризуются более возрастной аудиторией. Исключением является Киносериал, который при относительно низкой доле казахской аудитории демонстрирует более молодой возраст зрителей.

В центральной части диаграммы располагаются телеканалы со смешанным этническим составом аудитории и средним возрастом зрителей. К этой группе относятся каналы, не имеющие выраженной направленности ни по доле казахской аудитории, ни по возрасту. Например, КТК, 31 канал, Алматы TV, Кинодрамам и т.д.

В правой части диаграммы сосредоточены телеканалы с высокой долей зрителей казахской национальности. В нижнем правом секторе располагаются каналы с наиболее молодой казахской аудиторией – Balapan, Коктем, Jibek Joly и Turkistan, где доля казахов достигает 90–100%, а средний возраст зрителей остаётся ниже среднего по рынку.

Выше по возрасту в этой же части диаграммы находятся телеканалы с высокой долей казахской аудитории и более зрелой аудиторией. К ним относятся Qazaqstan, Alatau TV, Qonaev TV, Astana TV, Той Думан, а также Хабар.

Отдельно выделяется телеканал Setanta Qazaqstan, который располагается в верхней правой части диаграммы: его аудитория характеризуется одновременно

высокой долей казахских зрителей и самым высоким средним возрастом среди всех каналов.

Таким образом, как и в случае с гендерной структурой, телеканалы четко различаются по национальному составу и возрасту аудитории. Более молодая аудитория чаще сосредоточена на каналах с высокой долей казахов, тогда как каналы с меньшей долей казахов привлекают более возрастных зрителей. Универсальные телеканалы занимают промежуточное положение и охватывают зрителей с разным национальным составом.

Глава 3. Анализ телевизионного контента и интересов аудитории

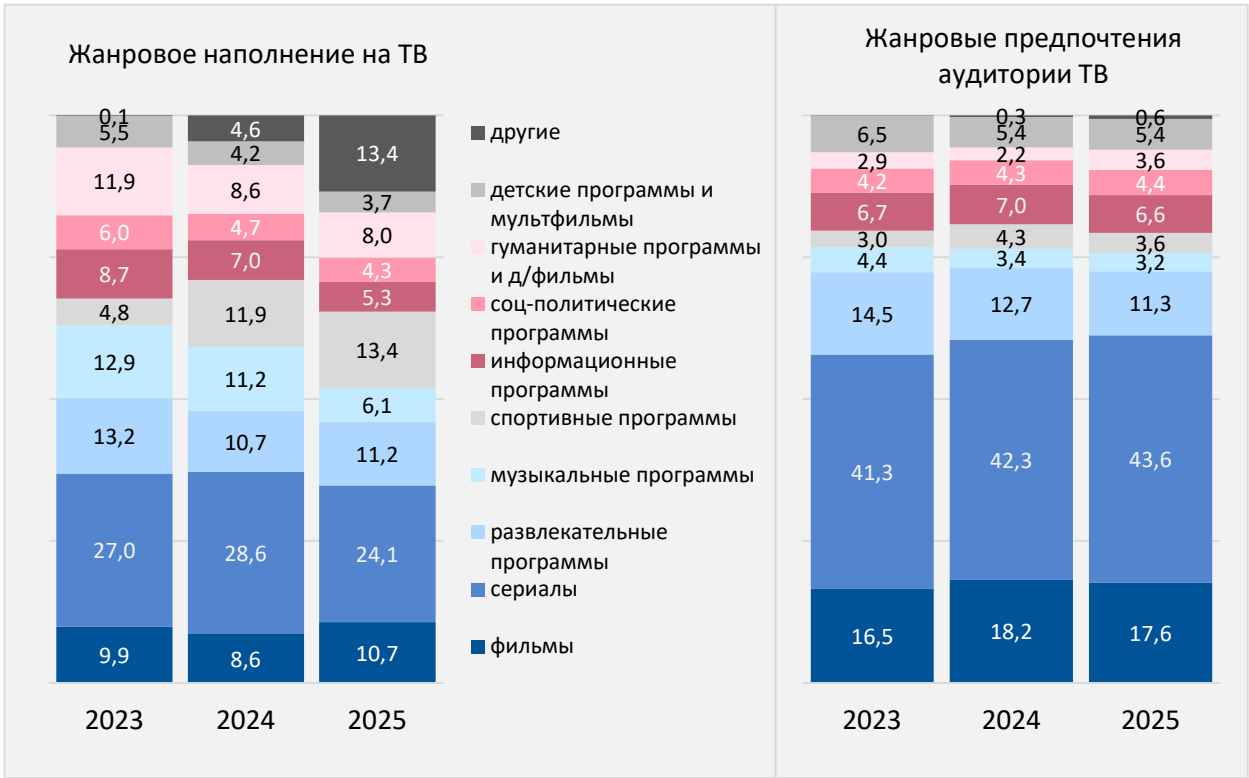
3.1. Жанровое наполнение и жанровые предпочтения аудитории телевидения

За период 2023–2025 годов телевизионный эфир Казахстана сохраняет разнообразную жанровую структуру, отражающую широкий спектр интересов аудитории. Несмотря на многообразие контента, значительную часть эфирного времени продолжают занимать сериалы, фильмы и развлекательные программы.

В 2025 году наибольший объем эфирного времени приходится на сериалы (24,1%), спортивные программы (13,4%), развлекательные передачи (11,2%) и фильмы (10,7%). При этом в структуре эфирного предложения присутствуют и другие жанры, включая гуманитарные и документальные программы, информационные передачи, музыкальный контент и детские программы.

Следует учитывать, что динамика жанровой структуры эфирного предложения может частично отражать изменения в составе измеряемых телеканалов в разные годы. Появление новых тематических каналов или выход отдельных каналов из измерения может влиять на распределение жанров в эфире.

Рисунок 105. Жанровое наполнение на ТВ и жанровые предпочтения аудитории. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Duration%, AvAud(All)%



При этом жанровая структура телевизионного эфира не всегда полностью совпадает с реальными интересами аудитории. Среднесуточное время просмотра по жанрам позволяет определить, какие форматы действительно удерживают внимание зрителей.

Анализ данных за 2023–2025 годы показывает, что наибольшим спросом у зрителей продолжают пользоваться сериалы, фильмы, развлекательные программы и информационные передачи – именно эти жанры формируют основу телесмотрения.

Сериалы уверенно сохраняют лидерство по зрительскому интересу. В 2025 году на них приходится 43,6% всего времени телесмотрения, что делает данный жанр наиболее востребованным на телевидении.

Фильмы занимают второе место по популярности. В 2025 году их доля в структуре телесмотрения составила 17,6%, что подтверждает устойчивый интерес аудитории к кинематографическому контенту.

Развлекательные программы также остаются важной частью телевизионного эфира. Несмотря на постепенное снижение доли зрительского интереса, в 2025 году на них приходится 11,3% времени просмотра, что позволяет данному жанру сохранять значимое место в структуре телесмотрения.

Информационные программы продолжают удерживать стабильный интерес аудитории. В 2025 году их вклад в телесмотрение составил 6,6%, подтверждая роль телевидения как одного из источников получения актуальной информации.

В целом анализ показывает, что, несмотря на разнообразие жанрового предложения, зрительские предпочтения остаются достаточно стабильными: основную часть телесмотрения формируют сериалы, фильмы, развлекательные и информационные программы.

Для более детального понимания зрительских предпочтений далее будут рассмотрены наиболее популярные программы в каждом из этих жанров. Представленные рейтинги позволяют увидеть, какие конкретные проекты и форматы вызывают наибольший интерес у аудитории и формируют структуру телесмотрения.

3.1.1. Сериалы

За период 2023–2025 годов предпочтения казахстанской аудитории в телевизионных сериалах демонстрируют устойчивый интерес к российскому контенту, в частности к детективным и драматическим жанрам. Показ подавляющего большинства рейтинговых проектов осуществляется на телеканале 1-й канал Евразия, который стабильно формирует основу сериального предложения на телевизионном рынке.

В 2023 году в числе лидеров остаются детективы и мини-сериалы. Первое место занимает сериал «Первый отдел-2» (Rtg 4,21%; Shr 32,2%) – продолжение успешного проекта, что подчеркивает любовь зрителя к знакомым персонажам и устойчивым телевизионным брендам.

Помимо российских сериалов, в топе 2023 года также присутствуют украинские проекты, такие как «Клянусь любить тебя вечно» и «Наступит рассвет». По стилистике и тематике они близки к российским мини-сериалам, преимущественно ориентированы на мелодраматические сюжеты. Все проекты из топ-10 транслировались на 1-м канале Евразия.

Таблица 2. ТОП-10 сериалов за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Первый отдел-2	1-й канал Евразия	Россия	4,21	32,2	5
2	Клянусь любить тебя вечно	1-й канал Евразия	Украина	3,55	29,1	1
3	Бывших не бывает	1-й канал Евразия	Россия	3,22	27,0	5
4	Наводчица	1-й канал Евразия	Россия	3,19	34,3	3
5	Горячая точка-2	1-й канал Евразия	Россия	3,14	26,7	6
6	Первый отдел	1-й канал Евразия	Россия	3,11	25,6	5
7	Последняя статья журналиста	1-й канал Евразия	Россия	3,08	25,4	4
8	Отпуск по ранению	1-й канал Евразия	Россия	3,05	35,1	1
9	Условный мент	1-й канал Евразия	Россия	2,97	22,6	27
10	Наступит рассвет	1-й канал Евразия	Украина	2,96	21,0	2

В 2024 году сохраняется сложившаяся тенденция: все наиболее популярные сериалы также выходили в эфире 1-го канала Евразия. Среди лидеров – проекты «Реализация», «Дельфин», «Адмиралы района», включая их продолжения. Эти сериалы представляют собой криминальные драмы и детективы, основанные на расследованиях, противостоянии преступности и развитии сюжетных линий вокруг профессиональной деятельности героев.

Детективные сериалы и драматические мини-сериалы продолжают доминировать и формировать основные предпочтения аудитории.

Таблица 3. ТОП-10 сериалов за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Реализация-2	1-й канал Евразия	Россия	3,57	26,1	6
2	Условный мент. Спецсерии	1-й канал Евразия	Россия	3,30	23,9	1
3	Реализация	1-й канал Евразия	Россия	3,29	24,7	6
4	Адмиралы района	1-й канал Евразия	Россия	3,12	24,7	4
5	Первый отдел-3	1-й канал Евразия	Россия	2,87	27,3	6
6	Дельфин	1-й канал Евразия	Россия	2,80	27,9	2
7	Платье из маргариток	1-й канал Евразия	Украина	2,72	23,7	2
8	Дельфин-2	1-й канал Евразия	Россия	2,67	28,6	3
9	Адмиралы района-2	1-й канал Евразия	Россия	2,65	21,5	5
10	Сто дней свободы	1-й канал Евразия	Россия	2,62	22,9	1

В 2025 году структура предпочтений аудитории остается в целом стабильной. В числе лидеров вновь преобладают российские и совместные проекты, а также сериалы в жанрах драмы и детектива. Первое место занимает сериал «Любовь матери» (Rtg 3,13%; Shr 33,1%) – мелодраматическая история, ориентированная на семейные и эмоциональные сюжетные линии.

Высокие позиции занимают проекты франшизы «Невский», представляющие собой криминальные сериалы, посвящённые работе правоохранительных органов и расследованию сложных преступлений, что подтверждает устойчивый интерес зрителей к подобному контенту.

Помимо российских мелодрам и экшен-сериалов в топ-10 2025 года представлен сериал «Қол созған үміт» (каз), транслировавшийся на телеканале Qazaqstan. Это драматический сериал турецкого производства, в центре сюжета которого семейные отношения и преодоление жизненных трудностей.

Таблица 4. ТОП-10 сериалов за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Любовь матери	1-й канал Евразия	Украина	3,13	33,1	1
2	Невский. Проверка на прочность	1-й канал Евразия	Россия	3,12	26,3	7
3	Ветреная женщина	1-й канал Евразия	Россия, Украина	2,78	30,7	2
4	Невский	1-й канал Евразия	Россия	2,71	22,4	9
5	Шрам	1-й канал Евразия	Россия	2,66	23,4	1
6	Чужой среди своих	1-й канал Евразия	Россия	2,63	23,1	4
7	Қол созған үміт (каз) рус/тит	Qazaqstan	Турция	2,57	18,4	6
8	Старое ружье	1-й канал Евразия	Россия	2,44	36,9	1
9	Знахарь	1-й канал Евразия	Россия	2,39	20,4	4
10	Ласточкино гнездо	1-й канал Евразия	Россия	2,37	19,1	3

Таким образом, можно отметить, что основные предпочтения аудитории в телевизионных сериалах остаются достаточно стабильными. Наибольший интерес по-прежнему вызывают детективные и драматические проекты, в основе которых лежат интригующие сюжеты, расследования и эмоционально насыщенные истории. Вместе с тем в структуре популярных сериалов наблюдается определённое разнообразие контента, что отражает расширение жанрового и странового присутствия в телевизионном эфире.

3.1.2. Сериалы (10 и более выходов)

Отдельного внимания заслуживают многосерийные проекты, которые на протяжении длительного времени удерживают интерес зрителей. В отличие от общего Топ-10 сериалов, где лидирующие позиции часто занимают мини-сериалы с небольшим количеством эпизодов, в данном разделе рассмотрены проекты, имеющие не менее 10 выходов в эфир. Такой подход позволяет оценить популярность сериалов, формирующих устойчивую аудиторию на протяжении длительного периода времени.

Среди популярных многосерийных сериалов 2023 года преобладали российские и украинские проекты. Наиболее высокие показатели продемонстрировали сериалы «Условный мент», «Условный мент-3» и «Невский. Охота на архитектора», показ которых был на телеканале 1-й канал Евразия. Вместе с тем в топ-10 вошел турецкий сериал «Бауырлар», транслировавшийся на телеканале

Qazaqstan. В целом зрители отдавали предпочтение детективным, криминальным и мелодраматическим сериалам.

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

Среди популярных многосерийных сериалов 2024 года также преобладали российские проекты. Наиболее высокие показатели продемонстрировали сериалы «Условный мент-4», «Лихач» и «Лихач-3», показ которых осуществлялся на телеканале 1-й канал Евразия. Вместе с тем в топ-10 вошли четвертый и пятый сезоны турецкого сериала «Осман», показ которых прошел на телеканале Astana TV.

Таблица 6. ТОП-10 сериалов за 2024 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-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

В 2025 году структура топ-10 заметно изменилась. Если в предыдущие годы в списке преобладали российские и украинские проекты, то в 2025 году половину позиций заняли турецкие сериалы. В число наиболее популярных вошли «Бесценное время», «Тағдыр жазуы», «Стамбульская невеста», «Черная любовь» и «Великолепный

век. Кесем», транслировавшиеся на телеканалах 7 канал и Qazaqstan. При этом лидирующую позицию сохранил российский сериал – «Шеф на телеканале КТК.

Таблица 7. ТОП-10 сериалов за 2025 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	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

Анализ популярных многосерийных сериалов показывает, что на протяжении 2023–2025 годов наибольшим спросом у зрителей пользовались зарубежные проекты. При этом если в 2023–2024 годах в топ-10 преобладали российские и украинские сериалы, то в 2025 году заметно усилились позиции турецкого контента. Количество турецких сериалов в топ-10 увеличилось с одного проекта в 2023 году до пяти в 2025 году.

3.1.3. Казахстанские сериалы

Сериалы казахстанского производства уже давно стали неотъемлемой частью культурного пространства Казахстана, отражая самые актуальные запросы и ожидания зрителей. Каждый год приносит свежие сюжеты, новые лица и смелые эксперименты с жанрами, а сами сериалы становятся зеркалом общества, его проблем, ценностей и надежд. Казахстанские телеканалы, конкурируя за внимание аудитории, предлагают проекты, которые находят отклик у самых разных слоев населения – от молодежи до старшего поколения.

Анализируя топовые проекты за период 2023–2025 годов, можно проследить, как меняются вкусы зрителей, какие темы выходят на первый план и какие жанры остаются наиболее востребованными.

В 2023 году на первый план выходят семейные мелодрамы и комедии: «Сезім толқыны» (каз), «Құдаша қыз» (каз), «Келінжан» (каз), «Күйеу бала» (каз). Это сериалы о семейных отношениях, любви, преданности, испытаниях и жизни в ауле. Темы традиций, уважения к старшим и поиска гармонии в семье остаются ключевыми и находят широкий отклик у аудитории.

Параллельно сохраняется интерес к криминальным драмам – «Meow» (каз/рус), «Пауза: Сакура-жас өркен» (каз), где акцент делается не только на преступлениях, но и на личных драмах героев, их внутреннем конфликте и семейных связях.

Отдельно выделяется медицинская драма «Жанталас» (каз), демонстрирующая востребованность сюжетов, в которых профессиональная деятельность героев тесно переплетается с их личной жизнью.

В числе популярных проектов представлены продолжения ранее вышедших сериалов – «Ақжауын» (каз), «Келінжан» (каз), что свидетельствует о высокой вовлечённости аудитории и интересе к уже знакомым героям и сюжетным линиям.

Основными каналами, формирующими спрос на казахстанские сериалы, выступают Qazaqstan, Хабар и НТК.

Таблица 8. ТОП-10 казахстанских сериалов за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Сезім толқыны (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

В 2024 году наблюдается определённое смещение тематических акцентов. В числе лидеров – проект «Ауыл мұғалімі» (каз), затрагивающий вопросы образования, жизни в регионах и социальной адаптации. Данный сериал отражает интерес аудитории к теме молодежи, развития регионов и роли образования в современном обществе.

Значительное место занимают семейные и бытовые драмы – «Қызғалдақ» (каз), «Иірім» (каз), «Жат бауыр» (каз), в которых раскрываются сложные отношения между поколениями, конфликты внутри семьи, вопросы доверия, предательства и прощения.

Дополнительно усиливается интерес к современным социальным проблемам. Сериалы «Мошенники» и «ЖБ» (каз/рус) поднимают темы финансовых махинаций, цифровых рисков и новых угроз, с которыми сталкивается общество.

При этом сохраняется интерес и к лёгкому развлекательному контенту – например, «Құдаша қыз» (каз), продолжающему традицию семейных комедий.

Ключевыми площадками остаются телеканалы Qazaqstan и НТК, к которым в 2024 году также присоединяется Astana TV.

Таблица 9. ТОП-10 казахстанских сериалов за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Ауыл мұғалімі (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

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
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

В 2025 году структура популярных казахстанских сериалов становится ещё более разнообразной как по жанрам, так и по тематике.

Лидером рейтинга становится сериал «Аллигатор» – историческая военная драма, основанная на реальных событиях периода Великой Отечественной войны. Сюжет разворачивается в Алматы 1943 года и посвящён борьбе с диверсантами и преступными группировками в тылу, сочетая элементы исторического повествования, детектива и военной драмы.

Значительную часть топа составляют проекты на казахском языке, преимущественно транслируемые на телеканале Qazaqstan. Среди них – семейные и социальные драмы «Бір үйдің балалары» (каз), «Ыстық ұя» (каз), «Ақжауын-2» (каз), в которых раскрываются темы семьи, отношений, жизненного выбора и традиционных ценностей.

В топ-10 попал сериал «Естай мен Қорлан» (каз), основанный на историческом и культурном наследии, рассказывающий историю, связанную с казахской музыкальной культурой и традициями.

В числе популярных также представлены:

- комедийный сериал «Жаңа жыл» (каз), построенный на лёгком и ироничном сюжете о семейных отношениях;
- криминально-драматический сериал «Молчание», затрагивающий темы справедливости, личной травмы и морального выбора;
- 7 сезон популярного сериала «Патруль», сочетающий элементы комедии и повседневной жизни сотрудников полиции.

В 2025 году в числе популярных проектов представлены как исторические, так и семейные, криминальные и комедийные сериалы, что отражает расширение тематического и жанрового диапазона отечественного телевидения.

Таблица 10. ТОП-10 казахстанских сериалов за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Аллигатор	1-й канал 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-й канал Евразия	0,77	17,3	3

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
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

Таким образом, казахстанские зрители отдают предпочтение сериалам, сочетающим социальную драму, семейные ценности, национальные традиции и актуальные проблемы современности. Стабильно востребованы проекты о жизни в ауле, семейных отношениях, традициях и межпоколенческих конфликтах.

Сохраняется высокий интерес к криминальным драмам и сюжетам, связанным с социальными вызовами и современными рисками. При этом зрители охотно следят за развитием знакомых историй, поэтому продолжения популярных сериалов регулярно входят в число наиболее рейтинговых проектов.

Наряду с традиционными жанрами в структуре популярных сериалов всё чаще представлены исторические и комедийные проекты, что отражает постепенное расширение жанрового разнообразия отечественного контента. Ведущими площадками остаются телеканалы Qazaqstan, КТК, Хабар, НТК, Astana TV и 1-й канал Евразия, которые формируют основные тенденции и обеспечивают наибольший охват аудитории.

3.1.4. Фильмы

За период 2023–2025 годов рейтинги топовых фильмов на казахстанских телеканалах демонстрируют устойчивое сочетание советской классики, российских и западных хитов. В структуре предпочтений зрителей заметна как ностальгия по советскому кино, так и интерес к современным зарубежным проектам и российским фильмам.

В 2023 году в топ-10 присутствуют российские и американские картины, а также один советский фильм. Лидерами по рейтингу стали российский драматический фильм «Сын», приключенческое фэнтези «Джуманджи. Новый уровень» и новогодняя комедия «Үйде жалғыз қалғанда» (каз). Наряду с современными проектами в числе популярных остаётся и советская классика, в частности «Джентльмены удачи», что отражает устойчивый интерес аудитории к знакомым и проверенным временем сюжетам.

Таблица 11. ТОП-10 фильмов за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Сын	1-й канал Евразия	Россия	2,81	25,4	1
2	Джуманджи. Новый уровень	НТК	США	2,81	18,0	2
3	Үйде жалғыз қалғанда (каз)	Qazaqstan	США	2,69	17,6	2
4	Джентльмены удачи	1-й канал Евразия	СССР	2,69	24,0	2

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
5	Ирония судьбы. Продолжение	1-й канал Евразия	Россия	2,67	15,2	3
6	Васильки для Василисы	1-й канал Евразия	Россия	2,64	20,0	1
7	Жги!	1-й канал Евразия	Россия	2,55	22,1	1
8	Тариф Новогодний	1-й канал Евразия	Россия	2,53	16,4	1
9	Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке	31 канал	США	2,47	21,2	4
10	Выстрел в пустоту	НТК	США	2,37	16,5	1

В 2024 году лидирующие позиции занимают преимущественно зарубежные и российские фильмы. Самым популярным стал американский фильм «Пуленепробиваемый» на телеканале НТК, за ним следуют российские драмы «Снежный ангел» и «Бессмертные». В топе также широко представлены зарубежные проекты – боевики, приключенческие и фантастические фильмы, что отражает интерес аудитории к динамичному и зрелищному контенту.

Таблица 22. ТОП-10 фильмов за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Пуленепробиваемый	НТК	США	3,13	20,7	1
2	Снежный ангел	1-й канал Евразия	Россия	2,97	22,6	1
3	Бессмертные	1-й канал Евразия	Россия	2,48	25,3	1
4	Клык	НТК	США	2,42	17,1	3
5	Жги!	1-й канал Евразия	Россия	2,33	18,0	1
6	Великая стена	НТК	Китай, США	2,26	17,1	4
7	Мегалодон	НТК	Доминиканская Республика	2,24	18,7	2
8	Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке	31 канал	США	2,23	19,5	5
9	Джек Ричер-2. Никогда не возвращайся	НТК	США	2,20	15,7	3
10	Властелин колец. Возвращение короля	НТК	США, Новая Зеландия	2,17	18,5	2

В 2025 году структура предпочтений в целом сохраняется. В числе лидеров вновь представлены как зарубежные, так и российские фильмы. Первое место занимает семейная комедия «Один дома 2: Потерявшийся в Нью-Йорке», который 3 года подряд входит в ТОП-10 фильмов, также в топе присутствует первая часть фильма – «Один дома», что подчёркивает устойчивый интерес зрителей к знакомым новогодним и семейным историям.

Значительную часть рейтинга занимают российские фильмы – «Цена измены», «Сезон посадок», «Забери меня к себе», «Новогодний переполох», которые традиционно транслируются на 1-м канале Евразия. В топе также представлен зарубежный фильм «Переводчик», а также советская классика – «Операция Ы и другие приключения Шурика», подтверждающие стабильный интерес аудитории к фильмам разных эпох.

Таблица 33. ТОП-10 фильмов за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке	31 канал	США	3,53	22,6	3
2	Цена измены	1-й канал Евразия	Россия	3,44	26,3	1
3	Сезон посадок	1-й канал Евразия	Россия	3,00	23,8	1
4	Забери меня к себе	1-й канал Евразия	Россия	2,95	22,6	1
5	Один дома	31 канал	США	2,58	18,1	3
6	Переводчик	НТК	Великобритания Испания, США	2,36	18,2	2
7	Новогодний переполох	1-й канал Евразия	Россия	2,35	15,7	1
8	Барс и Лялька	1-й канал Евразия	Россия	2,26	21,0	1
9	О чем молчат девушки	1-й канал Евразия	Россия	2,15	16,8	1
10	Операция Ы" и другие приключения Шурика"	1-й канал Евразия	СССР	2,04	13,8	1

Казахстанские телезрители в целом отдают предпочтение сочетанию американских хитов, российских фильмов и советской классики. Американские фильмы чаще представлены в эфире телеканалов НТК и 31 канал, тогда как российский контент традиционно занимает сильные позиции на 1-м канале Евразия.

3.1.5.Развлекательные программы

Каждый год казахстанское телевидение предлагает зрителям большое разнообразие развлекательных программ: от масштабных шоу до семейных и юмористических проектов. Эти программы формируют телевизионную повестку и отражают вкусы, интересы и культурные предпочтения аудитории. Особенно важно проследить, какие проекты вызывают наибольший интерес у зрителей и как со временем меняется структура их предпочтений.

В 2023 году на первом месте легендарное российское шоу «Поле чудес» на 1-м канале Евразия с рейтингом 3,07%. При этом со 2-го по 9-е место уверенно закрепляются казахстанские программы. Вторую позицию занимает «Қызық премия» (каз) на телеканале Хабар, третью – шоу «QosLike» (каз) на 1-м канале Евразия, отличающееся наибольшим количеством выходов (289). В целом в 2023 году казахстанский контент занимает 7 из 10 позиций в топе, что свидетельствует о его высокой востребованности среди аудитории.

Таблица 14. ТОП-10 развлекательных программ за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Поле чудес	1-й канал Евразия	Россия	3,07	22,6	53
2	Қызық премия (каз)	Хабар	Казахстан	2,58	12,4	1
3	QosLike (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	1,69	28,5	289

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
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	Россия	1,03	18,3	2
8	Dastarhan (каз/тит)	1-й канал 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	Россия	1,01	15,0	32

В 2024 году ключевые тенденции в целом сохраняются: «Поле чудес» вновь занимает первое место, а казахстанские программы продолжают занимать значительную часть топа – прежде всего за счёт юмористических концертов и семейных проектов.

При этом по сравнению с 2023 годом заметно некоторое усиление присутствия российского контента в верхней части рейтинга, что указывает на более сбалансированное распределение интереса аудитории между локальными и зарубежными форматами.

Таблица 45. ТОП-10 развлекательных программ за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Поле чудес	1-й канал Евразия	Россия	2,66	19,8	52
2	Өнер қырандары. Отбасылық концерт (каз)	31 канал	Казахстан	1,96	10,3	1
3	Уральские пельмени. Заливной огонек	НТК	Россия	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 канал	Казахстан	1,72	10,2	1
6	Уральские пельмени. Дело пахнет мандарином	НТК	Россия	1,57	7,7	1
7	Большая разница	1-й канал Евразия	Россия	1,53	11,3	3
8	QosLike (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	1,47	27,4	219
9	Точь-в-точь	1-й канал Евразия	Россия	1,44	15,3	12
10	Астана түні (каз)	Astana TV	Казахстан	1,35	6,5	2

В 2025 году структура предпочтений демонстрирует дальнейшее смещение в сторону зарубежного контента. Лидирующую позицию вновь занимает «Поле чудес», а значительную часть топа формируют проекты российского производства – «Точь-в-точь», «Голосащий КИВИН», «Лучше всех», а также юмористическое шоу «Уральские пельмени».

Казахстанские программы по-прежнему присутствуют в рейтинге («Қызық премия» (каз), «QosLike» (каз), а также проекты 7 канала – «Кухня великолепного века» и «Кинокухня. Великолепный век»), однако их доля в топе становится менее выраженной по сравнению с предыдущими годами.

Таблица 56. ТОП-10 развлекательных программ за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Поле чудес	1-й канал Евразия	Россия	2,40	19,8	50
2	Точь-в-точь	1-й канал Евразия	Россия	2,00	18,0	3
3	Голосащий КИВИН-24	1-й канал Евразия	Россия	1,89	13,0	3
4	Кухня великолепного века	7 канал	Казахстан	1,83	15,9	9
5	Кинокухня. Великолепный век	7 канал	Казахстан	1,77	15,3	12
6	Лучше всех	1-й канал Евразия	Россия	1,68	12,3	3
7	Уральские пельмени. Дело пахнет мандарином	НТК	Россия	1,62	8,4	1
8	Уральские пельмени. Азбука	НТК	Россия	1,45	13,1	4
9	Қызық премия (каз)	Хабар	Казахстан	1,32	9,4	3
10	QosLike (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	1,08	23,6	254

Таким образом, анализ за 2023–2025 годы показывает, что среди казахстанских зрителей устойчивым спросом пользуется как российский, так и местный развлекательный контент. При этом можно выделить ряд программ и форматов, демонстрирующих стабильную популярность:

- шоу «Поле чудес» на 1-м канале Евразия остаётся безусловным лидером на протяжении всех лет;
- программа «QosLike» (каз) выделяется за счёт большого количества выходов и стабильного присутствия в рейтингах;
- востребованными остаются юмористические программы и концертные форматы;
- значительное место в структуре телесмотрения занимают праздничные и новогодние развлекательные проекты.

3.1.6. Информационные программы

Новости остаются одним из самых востребованных и устойчивых жанров на казахстанском телевидении. Ежедневные выпуски формируют повестку дня, оперативно информируют о событиях внутри страны и за ее пределами, демонстрируя при этом приоритеты и информационный фокус каждого телеканала.

Наряду с ежедневными новостями, в телеэфире устойчиво присутствуют итоговые и аналитические форматы, которые не только резюмируют события недели, но и помогают зрителям лучше понять события, опираясь на комментарии экспертов и объяснение политической ситуации.

В этом разделе представлены два ключевых блока:

1. **Ежедневные новости** – как основной источник оперативной ежедневной информации.
2. **Аналитика и обзор событий недели** – программы, которые собирают и подводят главные события прошедших семи дней. Они дают обзор важнейших

новостей, анализируют причины и последствия происходящего, помогают зрителям лучше понять суть событий и их влияние на страну и мир.

Сравнительный анализ охватывает период 2023–2025 годов и позволяет проследить, как менялась структура новостного вещания, предпочтения аудитории и расстановка сил среди телеканалов.

Ежедневные новости

Ежедневные новостные выпуски остаются одним из ключевых жанров телевизионного вещания, формируя информационную повестку и обеспечивая регулярный контакт с аудиторией. Эти программы характеризуются высокой частотой выходов, актуальностью содержания и конкуренцией за зрительское внимание, особенно в прайм-тайм. Далее представлены результаты анализа топ-10 ежедневных новостей на казахстанском телевидении за 2023–2025 годы с акцентом на рейтинги, динамику и структуру вещания.

В 2023 году лидирующие позиции занимает 1-й канал Евразия: рейтинг программы «Главные новости» составляет 2,89%, а также в тройку лидеров входит «Басты жаңалықтар» (каз). Второе место занимает «Новости КТК», которые остаются одним из ключевых новостных продуктов на рынке. В топе также представлены «Informburo» (каз/рус) на 31 канале, новостные выпуски телеканала Мир и программа «Astana times» (каз/рус) на Astana TV, что отражает разнообразие новостных форматов и каналов.

Таблица 17. ТОП-10 ежедневных новостей за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Главные новости	1-й канал Евразия	2,89	23,7	260
2	Новости КТК	КТК	1,63	18,3	908
3	Басты жаңалықтар (каз)	1-й канал Евразия	1,09	23,6	512
4	Informburo (каз/рус) сурдоперевод	31 канал	0,65	8,4	435
5	Новости	1-й канал 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
8	Жаналықтар (каз)	1-й канал Евразия	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

В 2024 году структура лидеров в целом сохраняется: «Главные новости» (1-й канал Евразия), «Новости КТК» и «Басты жаңалықтар» (каз) (1-й канал Евразия) продолжают занимать первые позиции. Программа «Astana times» (каз/рус) на Astana TV закрепляется в верхней части рейтинга, а Informburo (каз/рус) на 31 канале остается одним из стабильных участников верхней части топа. В целом рынок новостных программ демонстрирует устойчивость, с сохранением ключевых брендов и распределением аудитории между основными игроками.

Таблица 68. ТОП-10 ежедневных новостей за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Главные новости	1-й канал Евразия	2,64	22,4	258
2	Новости КТК	КТК	1,39	16,5	859
3	Басты жаңалықтар (каз)	1-й канал Евразия	1,01	21,7	507
4	Astana times (каз/рус)	Astana TV	0,64	5,3	277
5	Informburo (каз/рус) сурдоперевод	31 канал	0,59	8,3	502
6	Новости	1-й канал Евразия	0,52	18,3	696
7	Жаналықтар (каз)	1-й канал 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

В 2025 году лидерство по-прежнему сохраняется за программой «Главные новости», рейтинг которой составляет 2,06%. Второе место занимает новостной выпуск «Жаңалықтар 21:30» (каз) на 7 канале, что является заметным изменением в структуре лидеров. «Новости КТК» занимают третью позицию, оставаясь одним из ключевых новостных продуктов.

В топе также представлены «Басты жаңалықтар» (каз), «Informburo» (каз/рус), «Astana times» (каз/рус), а также новостные выпуски 1-го канала Евразия и КТК на казахском языке. Важной особенностью новостного вещания остается присутствие как русскоязычных, так и казахоязычных программ, что отражает структуру медиапотребления и языковое разнообразие аудитории в стране.

Таблица 79. ТОП-10 ежедневных новостей за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Главные новости	1-й канал Евразия	2,06	20,4	261
2	Жаңалықтар 21:30 (каз)	7 канал	1,80	16,6	101
3	Новости КТК	КТК	1,30	16,9	852
4	Басты жаңалықтар (каз)	1-й канал Евразия	0,74	19,0	509
5	Informburo (каз/рус) сурдоперевод	31 канал	0,60	9,5	471
6	Новости	1-й канал Евразия	0,48	18,6	686
7	Жаңалықтар (каз)	1-й канал 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 канал	0,36	7,5	653

За период 2023–2025 годов в сегменте ежедневных новостей сохраняется в целом стабильная структура лидеров. Лидирующие позиции на протяжении всего периода занимает программа «Главные новости» на 1-м канале Евразия, оставаясь основным новостным продуктом по уровню рейтинга.

«Новости КТК» демонстрируют постепенное снижение показателей, однако продолжают входить в число наиболее востребованных новостных программ и сохраняют позиции в тройке лидеров.

«Басты жаңалықтар» (каз) на 1-м канале Евразия стабильно удерживается в числе ведущих новостных выпусков, что отражает устойчивый интерес аудитории к казахоязычному контенту.

Отдельного внимания заслуживают изменения в позициях новостных программ других телеканалов. В 2024 году более заметные позиции занимает «Astana times» (каз/рус), а в 2025 году усиливается присутствие 7 канала – его новостной выпуск выходит на второе место в рейтинге.

Новостные программы на казахском языке стабильно занимают значительную долю в топ-10, что свидетельствует о высоком спросе на контент на государственном языке.

Таким образом, ежедневные новости остаются одним из наиболее устойчивых жанров телевизионного вещания: ключевые позиции сохраняются за основными игроками, а изменения в рейтингах носят точечный характер и связаны с перераспределением интереса аудитории между отдельными программами.

Аналитика и обзор событий недели

Аналитические и итоговые новостные программы играют важную роль в телеэфире, позволяя зрителям осмыслить происходящие события, получить экспертную оценку и более глубоко понять значимость ключевых тем недели. В условиях конкуренции между телеканалами и изменений в медиапотреблении устойчивый интерес к этому жанру свидетельствует о сохраняющемся запросе аудитории на содержательный и интерпретационный контент.

В 2023 году лидирующую позицию занимает программа «Аналитика» на 1-м канале Евразия. Второе место занимает «Портрет недели» на КТК, а третью позицию – «Вместе. Итоговая программа» на телеканале Мир.

Программы на казахском языке также представлены в топ-10: «Sarap times» (каз) на Astana TV, «Apta» (каз) на Qazaqstan, «7 күн» (каз) на Хабаре, а также программа «Alem tynysy» (каз) на Atameken Business, посвящённая обзору ключевых мировых событий.

Таблица 20. ТОП-10 новостей в категории «Аналитика и обзор событий недели» за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Аналитика	1-й канал 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	Apta (каз)	Qazaqstan	0,43	6,0	113
6	7 күн (каз)	Хабар	0,34	2,4	45
7	7 күн	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

В 2024 году продолжается лидерование программы «Аналитика» от 1-го канала Евразия. При этом наблюдается рост рейтинга программы до 1,87%. На второе место выходит программа «Saraп times» (каз) (Astana TV). Третье и четвертое места занимают стабильные участники топа – «Вместе. Итоговая программа» (Мир) и «Портрет недели» (КТК), обе с небольшим снижением результатов по сравнению с прошлым годом. Также наблюдается появление новых проектов: «Что это было?» и «Сөздің қысқасы» (каз) от 7 канала.

Таблица 21. ТОП-10 новостей в категории «Аналитика и обзор событий недели» за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Аналитика	1-й канал Евразия	1,87	15,4	44
2	Saraп 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 канал	0,22	4,0	22
8	7 кун	Хабар	0,21	1,6	45
9	Сөздің қысқасы (каз)	7 канал	0,19	4,1	24
10	Мир итоги	Atameken Business	0,03	0,6	302

В 2025 году структура лидеров в целом сохраняется, однако происходят точечные изменения в распределении позиций. Программа «Аналитика» остаётся на первом месте, несмотря на некоторое снижение рейтинга по сравнению с предыдущим годом.

«Портрет недели» на КТК возвращается на вторую позицию, тогда как «Вместе. Итоговая программа» сохраняет третье место. При этом «Saraп times» (каз) смещается на четвертую позицию, оставаясь при этом в числе наиболее заметных аналитических проектов.

Программы на казахском языке («Апта», «7 күн») устойчиво представлены в рейтинге, наряду с проектами телеканала Atameken Business, которые также сохраняют присутствие в топ-10.

Таблица 22. ТОП-10 новостей в категории «Аналитика и обзор событий недели» за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Аналитика	1-й канал 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	Saraп 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 күн (каз)	Хабар	0,12	1,3	44

№	Название	Телеканал	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
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

За период 2023–2025 годов в сегменте аналитических и итоговых новостей сохраняется в целом стабильная структура лидеров. Программа «Аналитика» на 1-м канале Евразия удерживает первое место на протяжении всего периода.

«Портрет недели» (КТК) и «Вместе. Итоговая программа» (Мир) стабильно входят в число ключевых аналитических программ, несмотря на отдельные перестановки позиций.

Отдельно можно отметить изменение позиций программы «Sarap times» (каз) на Astana TV, которая в разные годы занимает высокие места в рейтинге, отражая интерес аудитории к казахоязычному аналитическому контенту.

В целом аналитические и итоговые новостные программы формируют отдельный сегмент телевизионного вещания, ориентированный на более глубокое осмысление событий: при сохранении ключевых игроков происходит перераспределение интереса аудитории между различными форматами и подходами к подаче информации.

3.1.7. Документальные фильмы

Документальные проекты играют значимую роль в телепространстве благодаря разнообразию тем и способности увлекать зрителя реальными историями. Этот жанр охватывает широкий спектр направлений – от природы и науки до культуры, социальной жизни и технологий. Зрителей привлекает возможность не просто наблюдать, но и глубже понимать окружающий мир, узнавать новое и осмысливать уже знакомое.

Интерес к документалистике во многом связан с ее достоверностью, эмоциональной вовлеченностью и интеллектуальной насыщенностью. Такие фильмы помогают разобраться в сложных явлениях, увидеть скрытые связи и расширить кругозор.

Анализируя топовые документальные фильмы последних лет, можно проследить, какие темы вызывают наибольший отклик у казахстанской аудитории и как формируется современная тенденция в жанре документалистики.

В 2023 году тематика топовых документальных фильмов отличается разнообразием, однако наблюдается акцент на осмыслении острых и социально значимых событий. Лидером стал фильм «Очаг смерти», посвященный трагедии на шахте им. Костенко – крупнейшей по числу жертв в истории страны. Также в топе – фильмы о международных саммитах и визитах («Turktime» (каз), «Жаңа алтын отыз жылдық» (каз), «Батыл бастама» (каз)), что свидетельствует о стабильном интересе к внешней политике и международным отношениям. Заметно вырос интерес к социальным темам: фильмы «Еңбек өнбек» (каз) и «Аул стратегического значения» рассказывают о жизни и проблемах сельского населения, реализации государственных программ поддержки села. В топе также присутствуют работы, связанные с январскими событиями («Қаңтар. Предпосылки и последствия»), а также

портреты и эксклюзивные интервью с участниками резонансных происшествий («Адастырған ақиқат» (каз)).

Таблица 23. ТОП-10 документальных фильмов за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Очаг смерти	1-й канал Евразия	Казахстан	3,34	22,4	1
2	Turktime (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	2,77	35,5	1
3	Аймақтағы алыс-беріс (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	2,66	24,7	1
4	Еңбек өнбек (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	2,07	26,6	1
5	Очаг смерти	Astana TV	Казахстан	2,05	14,0	1
6	Жаңа алтын отыз жылдық (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	2,00	26,1	1
7	Қаңтар. Предпосылки и последствия	1-й канал Евразия	Казахстан	1,71	12,3	1
8	Адастырған ақиқат (каз)	КТК	Казахстан	1,71	11,2	1
9	Батыл бастама (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	1,50	19,5	1
10	Аул стратегического значения	КТК	Казахстан	1,37	12,8	1

В 2024 году тенденция к социальному анализу и внешнеполитической тематике сохранилась. В топ-10 вошли фильмы о зарубежных визитах и международных отношениях («Астана-Рим», «KZ AZ синергия», «Астана-Сингапур», «Екі ел-бір мүдде» (каз)), о январских событиях («Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді» (каз), «Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было»), о социальной и экономической тематике («Перрон перемен» – о реконструкции железнодорожного вокзала в Павлодаре).

Таблица 84. ТОП-10 документальных фильмов за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Астана-Рим	1-й канал 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-й канал Евразия	Казахстан	2,23	29,4	1
4	Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было	1-й канал Евразия	Казахстан	2,06	13,1	1
5	Екі ел-бір мүдде (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	1,82	16,9	1
6	Жизнь после	1-й канал Евразия	Казахстан	1,57	17,4	1
7	Астана-Сингапур (каз)	1-й канал 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

В 2025 году тематическая структура документального контента становится более концентрированной. Значительную часть топа занимают фильмы, посвященные январским событиям – проекты «Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было» и «Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді» (каз)

представлены сразу на нескольких телеканалах (31 канал, 1-й канал Евразия, Qazaqstan, Astana TV, Almaty TV).

Наряду с этим в числе популярных проектов представлен документальный фильм «Любовь – это...» на 1-м канале Евразия, посвященный сотруднику КНБ Дастану Адильбаю, погибшему в ходе январских событий 2022 года. Фильм рассказывает о его жизни, службе и событиях, произошедших в день трагедии.

Помимо общественно-политической тематики, в топе 2025 года представлены проекты, отражающие широкий спектр социальных, экологических и международных тем.

Фильм «Таяз судың тасуы көп» (каз) на Astana TV затрагивает актуальную для Казахстана проблему наводнений, отражая природные риски и их влияние на жизнь населения.

Проект «Реки жизни. Сырдарья» на телеканале Мир посвящен водным ресурсам Центральной Азии и поднимает вопросы трансграничного водопользования, экологической устойчивости и водной дипломатии.

Документальный фильм «Мәңгілік достық» (каз) на 1-м канале Евразия освещает развитие международного сотрудничества Казахстана и Китая, акцентируя внимание на политическом диалоге и экономическом взаимодействии.

Таблица 25. ТОП-10 документальных фильмов за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Қаңтар. Попытка госпереворота. Как это было	31 канал	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-й канал 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-й канал 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-й канал Евразия	Казахстан	0,94	31,3	1
10	Қаңтар. Мемлекеттік төңкеріс әрекеті. Оқиға қалай өрбіді (каз)	Almaty TV	Казахстан	0,84	5,7	1

Анализируя топ-10 документальных фильмов за каждый из последних трех лет, можно сделать однозначный вывод: казахстанская аудитория преимущественно выбирает документальные фильмы местного производства. Казахстанский зритель стабильно предпочитает документальные фильмы, посвященные актуальным событиям – будь то внутренние кризисы (особенно январские события 2022 года), внешнеполитические визиты и достижения, либо социально-экономические инициативы. В топах всех трех лет доминируют фильмы, снятые по государственному заказу и транслируемые на крупнейших телеканалах, что обеспечивает их широкую аудиторию.

Тематика фильмов разнообразная: к политическим и историческим сюжетам добавляются вопросы регионального развития, инфраструктурных проектов и международных партнерств. Документальное кино в Казахстане выполняет не только просветительскую, но и аналитическую функцию, способствуя общественной

дискуссии и укреплению чувства единства, а также осмыслению культурных и общественных ценностей страны.

3.1.8. Спортивные программы

Спортивные трансляции вызывают постоянный интерес у казахстанской аудитории, особенно во время крупных международных соревнований и значимых событий с участием отечественных спортсменов.

В 2023 году в топе спортивных программ доминирует футбол в формате отборочных матчей и турниров UEFA EURO-2024, что отражает интерес к европейскому футболу и национальной сборной Казахстана. В топ вошли матчи с участием Казахстана против Сан-Марино, Северной Ирландии, Финляндии и других команд.

В топе также представлены трансляции профессионального бокса и тяжёлой атлетики в рамках Азиатских игр, что формирует более разнообразную структуру спортивного контента.

Таблица 26. ТОП-10 спортивных программ за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Дата	Участники	Рейтинг, %	Доля, %
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

В 2024 году футбольные трансляции UEFA EURO-2024 заняли почти все позиции в топ-10, что подчеркивает устойчивый интерес к крупным международным турнирам. Матчи с участием таких сборных, как Испания, Германия, Англия, Франция, Португалия, а также клубные матчи Лиги чемпионов (Реал Мадрид – Байер) собирают высокие рейтинги и доли аудитории.

Таблица 97. ТОП-10 спортивных программ за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Дата	Участники	Рейтинг, %	Доля, %
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

№	Название	Телеканал	Дата	Участники	Рейтинг, %	Доля, %
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
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

В 2025 году сохраняется высокий интерес к футбольным трансляциям, однако структура топа становится более разнообразной за счёт появления значимых событий с участием казахстанских клубов. Абсолютным лидером становится матч «Кайрат – Реал Мадрид», который демонстрирует рекордные показатели рейтинга и доли аудитории.

Высокие позиции также занимают другие матчи с участием «Кайрата» в рамках еврокубков, что свидетельствует о росте интереса аудитории к клубному футболу и локальным командам.

Наряду с этим в топ возвращается трансляция бокса – чемпионат мира по боксу в Ливерпуле.

Таблица 28. ТОП-10 спортивных программ за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Дата	Участники	Рейтинг, %	Доля, %
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

За период 2023–2025 годов спортивное телесмотрение в Казахстане характеризуется устойчивым доминированием футбола. При этом, если в 2023 году структура спортивного контента остаётся более разнообразной за счёт присутствия бокса и других дисциплин, то в 2024 году наблюдается практически полная концентрация интереса вокруг футбольных турниров международного уровня.

В 2025 году, наряду с сохранением интереса к международным соревнованиям, усиливается роль локальных событий – прежде всего матчей с участием казахстанских клубов, что приводит к значительному росту зрительского внимания.

Дополнительный вклад в разнообразие спортивного контента вносит телеканал Qazsport, на котором представлены трансляции по различным видам спорта, включая бокс и другие дисциплины.

Таким образом, футбол остаётся ключевым драйвером телесмотрения, однако участие отечественных команд и наличие специализированных спортивных площадок усиливают интерес аудитории и расширяют структуру спортивного контента.

3.1.9. Различия жанрового предпочтения по возрастным группам

Предпочтения телезрителей в Казахстане заметно различаются в зависимости от возраста. Каждый возрастной сегмент демонстрирует свои устойчивые интересы, что важно учитывать при формировании программной сетки телеканалов и медиапланировании рекламных кампаний.

Дети и подростки 6–17 лет. Для этой группы наибольшую привлекательность имеют сериалы – лидирующий жанр, что может свидетельствовать как о популярности подростковых и семейных сюжетов, так и об участии детей в совместном просмотре со взрослыми членами семьи. Также востребованными жанрами являются фильмы и развлекательные программы. В отличие от других групп, значима доля детских программ и мультфильмов (почти 8%), хотя и не преобладающая. Гуманитарные, информационные и социально-политические форматы и документальные фильмы почти не интересуют эту аудиторию.

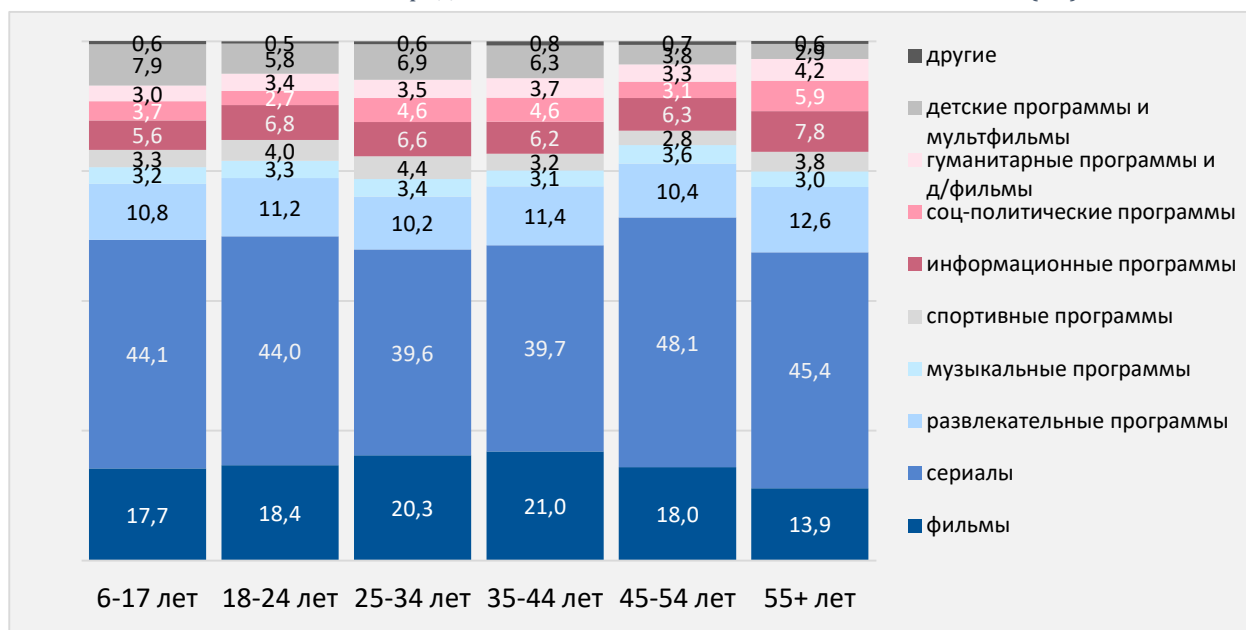
Возрастные группы 18-24, 25-34 и 35-44 лет. Жанровая структура в этих сегментах во многом схожа: доминируют сериалы (от 39,6% до 44,0%), а также сохраняется высокий интерес к фильмам (18–21%) и развлекательным программам (от 10,2% до 11,4%). По сравнению с подростковой аудиторией представители этих возрастных групп чаще обращаются к информационным и социально-политическим программам, что свидетельствует о более широком круге интересов и внимании к общественной повестке.

Возрастная группа 45–54 года. В этой категории наблюдается максимальный уровень интереса к сериалам (48,1%) – это самый высокий показатель среди всех возрастных групп. Существенно возрастает интерес к развлекательным программам (10,4%), а также увеличивается доля информационного (6,3%) и социально-политического контента (3,1%). При этом доля фильмов остаётся на уровне около 18%.

Возрастная группа 55+ лет. Сериалы продолжают занимать ключевую позицию (45,4%), однако структура предпочтений становится более сбалансированной. Снижается интерес к фильмам (13,9%), при этом значительно возрастает доля информационных (7,8%) и социально-политических программ (5,9%). Также выше, чем у других групп, интерес к гуманитарным и познавательным форматам.

В целом с возрастом аудитория становится более ориентированной на информационный и социально-политический контент, тогда как интерес к фильмам постепенно снижается. При этом сериалы остаются универсальным жанром, доминирующим во всех возрастных группах. Развлекательные форматы и фильмы наиболее востребованы у более молодой аудитории, тогда как старшие группы демонстрируют более широкий и содержательный профиль потребления.

Рисунок 116. Жанровые предпочтения аудитории в разрезе возрастных групп, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, AvAud(All)%



3.1.10. Различия жанрового предпочтения по языку общения

В Казахстане язык общения играет важную роль в выборе и восприятии медиаконтента. Это обусловлено исторически сложившейся двуязычностью страны, где значительная часть населения владеет как казахским, так и русским языками, что напрямую влияет на медиаповедение аудитории.

По данным Установочного исследования, в 2025 году 50,9% жителей крупных городов предпочитают общаться на казахском языке (+0,2 п.п. по сравнению с 2024 годом). Динамика изменения языковой структуры аудитории остаётся умеренной, без резких колебаний.

Анализ жанровых предпочтений показывает, что, несмотря на различия в языке общения, обе аудитории демонстрируют схожие особенности потребления. Сериалы остаются лидирующим жанром как среди казахоязычных (44,0%), так и среди неказахоязычных зрителей (43,1%).

Фильмы традиционно пользуются большей популярностью у неказахоязычной аудитории (19,3% против 16,4% у казахоязычных), что может быть связано с более широким предложением контента на русском языке.

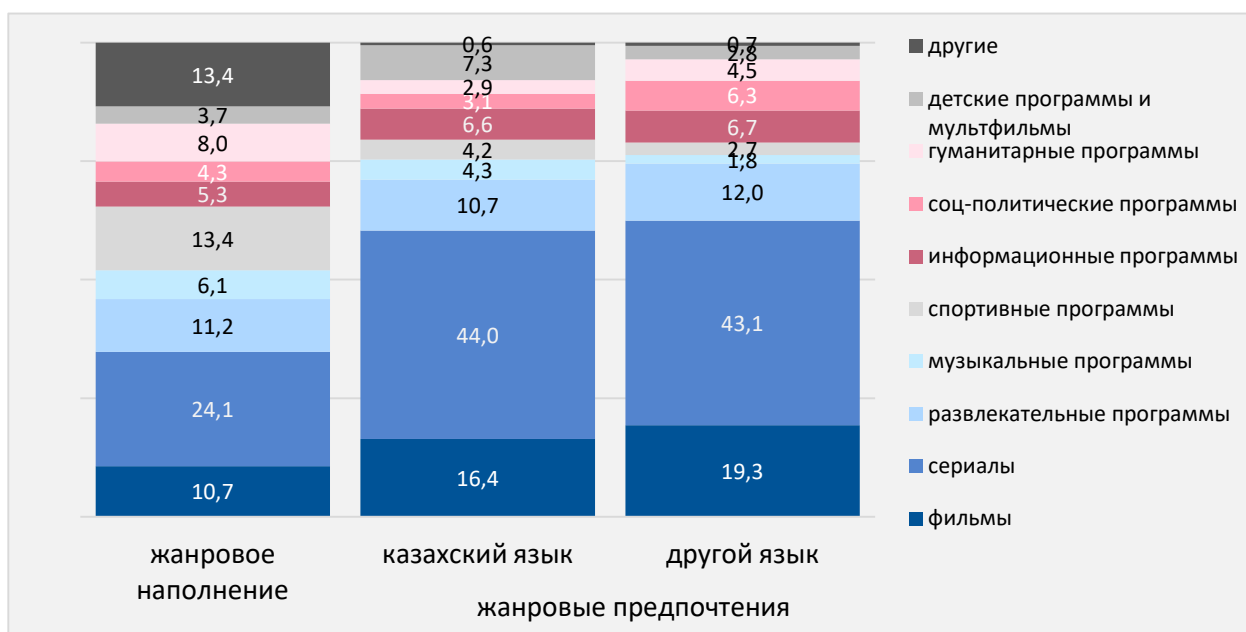
Развлекательные программы демонстрируют сопоставимый уровень интереса, хотя у неказахоязычных зрителей он несколько выше (12,0% против 10,7%). Аналогичная ситуация наблюдается и в отношении социально-политических

программ: среди неказахоязычной аудитории их доля потребления составляет 6,3%, тогда как среди казахоязычной – 3,1%.

При этом казахоязычная аудитория заметно чаще обращается к детским программам и мультфильмам (7,3% против 2,8%). Это может быть связано как с наличием специализированного контента на казахском языке (в частности, на телеканале Balapan), так и с демографическими особенностями аудитории, включая более высокую долю детей в составе казахоязычного населения.

Интерес к новостным программам остаётся практически одинаковым у обеих групп и составляет почти 7%.

Рисунок 127. Жанровые предпочтения аудитории по языку общения, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, AvAud(All)%



Таким образом, при общем сходстве жанровых предпочтений между языковыми аудиториями сохраняются различия в структуре потребления: неказахоязычные зрители чаще смотрят фильмы и социально-политический контент, тогда как казахоязычная аудитория демонстрирует более высокий интерес к детским программам. Это отражает как особенности контентного предложения, так и различия в поведенческих моделях аудитории.

Более детальное сравнение топов по жанрам позволяет чётко увидеть различия в контентных предпочтениях аудиторий с разным языком общения.

Среди казахоязычной аудитории в 2025 году структура топа по сериалам отличается большей вариативностью по странам производства. Наряду с российскими сериалами, значимую долю занимают турецкие проекты, а также присутствует казахстанский контент. Лидером становится турецкий сериал «Қол созған үміт» (каз) на телеканале Qazaqstan.

Кроме того, в топ входят и другие турецкие проекты (например, «Тағдыр жазуы» (каз)), а также казахстанский сериал «Жаңа жыл» (каз), что указывает на интерес аудитории к контенту, близкому по языку и культурному контексту. При этом российские сериалы также занимают значительную часть рейтинга, формируя основу предложения.

Таблица 109. ТОП-10 сериалов среди казахоязычной аудитории, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, предпочитающие говорить на казахском языке, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Қол созған үміт (каз) рус/тит	Qazaqstan	Турция	4,51	27,5	6
2	Старое ружье	1-й канал Евразия	Россия	2,51	34,7	1
3	Невский. Проверка на прочность	1-й канал Евразия	Россия	2,44	18,2	7
4	Знахарь	1-й канал Евразия	Россия	2,32	16,8	4
5	Ветреная женщина	1-й канал Евразия	Россия, Украина	2,27	21,7	2
6	Судья	1-й канал Евразия	Россия	2,17	34,0	2
7	Жаңа жыл (каз)	Qazaqstan	Казахстан	2,14	13,3	1
8	Тағдыр жазуы (каз) рус/тит	Qazaqstan	Турция	2,14	23,3	206
9	Невский	1-й канал Евразия	Россия	2,11	15,3	9
10	Чужой среди своих	1-й канал Евразия	Россия	2,03	15,8	4

В отличие от этого, у неказахоязычной аудитории структура предпочтений значительно более однородна. В топ-10 полностью доминируют сериалы российского и частично украинского производства, транслируемые преимущественно на 1-м канале Евразия.

Лидером становится сериал «Любовь матери», а также высокие позиции занимают проекты линейки «Невский», «Шрам», «Чужой среди своих» и другие. Отсутствие в топе контента других стран свидетельствует о более выраженной ориентации этой аудитории на русскоязычные сериальные форматы.

Таблица 30. ТОП-10 сериалов среди неказахоязычной аудитории, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, предпочитающие говорить на неказахском языке, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Любовь матери	1-й канал Евразия	Украина	4,42	46,0	1
2	Невский. Проверка на прочность	1-й канал Евразия	Россия	3,87	38,3	7
3	Шрам	1-й канал Евразия	Россия	3,61	37,8	1
4	Невский	1-й канал Евразия	Россия	3,36	33,0	9
5	Ветреная женщина	1-й канал Евразия	Россия, Украина	3,33	44,4	2
6	Чужой среди своих	1-й канал Евразия	Россия	3,29	33,8	4
7	Ласточкино гнездо	1-й канал Евразия	Россия	3,17	27,9	3
8	Стая	1-й канал Евразия	Россия	3,01	33,9	5
9	Подмена	1-й канал Евразия	Россия	2,98	45,1	4
10	Дельфин	1-й канал Евразия	Россия	2,84	32,4	5

Фильмы демонстрируют ещё более выраженные различия в структуре предпочтений аудиторий.

Среди казахоязычных зрителей в 2025 году в топе представлены как казахстанские фильмы, так и дублированные версии зарубежных лент. Лидером становится фильм «Биік сезім» (каз) на телеканале Qazaqstan.

Значительную часть рейтинга занимают популярные зарубежные фильмы, доступные в переводе на казахский язык – в частности, серия «Үйде жалғыз қалғанда» (каз) и её продолжения, а также оригинальные версии «Один дома». Это указывает на высокий интерес аудитории к международному контенту при условии его языковой адаптации.

В целом структура предпочтений казахоязычной аудитории сочетает локальный контент и зарубежные фильмы, что формирует более разнообразную модель потребления.

Таблица 31. ТОП-10 фильмов среди казахоязычной аудитории, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, предпочитающие говорить на казахском языке, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Биік сезім (каз)	Qazaqstan	Казахстан	3,30	22,8	2
2	Переводчик	НТК	Великобритания, Испания, США	3,02	20,0	2
3	Үйде жалғыз қалғанда-2 (каз)	Qazaqstan	США	2,94	20,0	2
4	Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке	31 канал	США	2,77	15,3	3
5	Үйде жалғыз қалғанда-3 (каз)	Qazaqstan	США	2,76	20,1	2
6	Судная ночь-2	НТК	Франция, США	2,75	22,4	1
7	Один дома	31 канал	США	2,69	16,0	3
8	Үйде жалғыз қалғанда (каз)	Qazaqstan	США	2,66	18,2	3
9	Одинокий волк	НТК	США	2,42	20,1	1
10	Биік сезім (каз)	Qazaqstan	Казахстан	3,30	22,8	2

У неказахоязычной аудитории топ формируется преимущественно за счёт российского контента. Большинство позиций занимают фильмы российского производства, транслируемые на 1-м канале Евразия – «Цена измены», «Сезон посадок», «Забери меня к себе», «Новогодний переполох» и другие. В топе также присутствуют отдельные зарубежные и советские фильмы, такие как «Один дома 2» и «Операция Ы и другие приключения Шурика», однако они не меняют общей структуры предпочтений.

Характерной особенностью является более высокий уровень доли у лидирующих фильмов (например, «Цена измены» – 50,3%), что свидетельствует о более концентрированном потреблении контента в данной аудитории.

Таблица 32. ТОП-10 фильмов среди неказахоязычной аудитории, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, предпочитающие говорить на неказахском языке, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Цена измены	1-й канал Евразия	Россия	5,33	50,3	1
2	Один дома 2.Потерявшийся в Нью-Йорке	31 канал	США	4,37	33,6	3
3	Забери меня к себе	1-й канал Евразия	Россия	4,11	37,5	1

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
4	Сезон посадок	1-й канал Евразия	Россия	4,00	38,7	1
5	Новогодний переполох	1-й канал Евразия	Россия	3,82	29,9	1
6	О чем молчат девушки	1-й канал Евразия	Россия	3,21	31,7	1
7	Ирония судьбы. Продолжение	1-й канал Евразия	Россия	3,13	26,5	2
8	Преданный	1-й канал Евразия	Россия	3,04	42,3	1
9	Не идеальный мужчина	1-й канал Евразия	Россия	2,93	33,5	1
10	Операция Ы" и другие приключения Шурика"	1-й канал Евразия	СССР	2,91	25,5	1

Развлекательные программы особенно чётко отражают различия в предпочтениях аудиторий.

Среди казахоязычных зрителей в 2025 году в топе доминируют проекты казахстанского производства. Наиболее популярными становятся национальные премии, юмористические и студийные форматы, такие как «Қызық премия», «Нартәуекел», «Шаншар 30 жыл», а также проекты 7 канала – «Кухня великолепного века» и «Кинокухня. Великолепный век».

При этом в топе также присутствуют отдельные российские форматы («Поле чудес», «Точь-в-точь», «Лучше всех»), однако они не определяют общую структуру предпочтений. В целом казахоязычная аудитория демонстрирует выраженный интерес к локальному развлекательному контенту, ориентированному на национальную культуру, язык и юмор.

Таблица 113. ТОП-10 развлекательных программ среди казахоязычной аудитории, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, предпочитающие говорить на казахском языке, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
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 канал	Казахстан	1,84	13,4	9
4	Поле чудес	1-й канал Евразия	Россия	1,75	12,9	50
5	Шаншар 30 жыл (каз)	КТК	Казахстан	1,65	13,8	5
6	Кинокухня. Великолепный век	7 канал	Казахстан	1,56	11,8	12
7	QosLike (каз)	1-й канал Евразия	Казахстан	1,49	29,8	254
8	Уральские пельмени. Азбука	НТК	Россия	1,45	11,0	4
9	Точь-в-точь	1-й канал Евразия	Россия	1,21	9,4	3
10	Лучше всех	1-й канал Евразия	Россия	1,05	6,9	3

У неказахоязычной аудитории топ формируется преимущественно за счёт российских развлекательных форматов. Лидирующие позиции занимают «Поле чудес», «Голосающий КИВИН», «Точь-в-точь», а также проекты «Уральские пельмени» и «Лучше всех».

Казахстанские программы также присутствуют в рейтинге (в частности, проекты 7 канала и тревел-формат «Орел & Решка. Казахи»), однако их количество в топе меньше, они не формируют основу предпочтений.

Таблица 34. ТОП-10 развлекательных программ среди неказахоязычной аудитории, 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, предпочитающие говорить на неказахском языке, Rtg%, Share%, Broadcasts

№	Название	Телеканал	Страна	Рейтинг, %	Доля, %	Кол-во выходов
1	Поле чудес	1-й канал Евразия	Россия	3,13	29,4	50
2	Голосащий КИВИН-24	1-й канал Евразия	Россия	2,95	25,6	3
3	Точь-в-точь	1-й канал Евразия	Россия	2,86	31,3	3
4	Уральские пельмени. Дело пахнет мандарином	НТК	Россия	2,67	15,9	1
5	Лучше всех	1-й канал Евразия	Россия	2,37	19,7	3
6	Кинокухня. Великолепный век	7 канал	Казахстан	2,01	20,4	12
7	Кухня великолепного века	7 канал	Казахстан	1,83	19,9	9
8	Уральские пельмени. Азбука	НТК	Россия	1,46	16,7	4
9	Орел & Решка. Казахи. Венеция	7 канал	Казахстан	1,09	14,2	2
10	Игра в кино	МИР	Россия	1,08	11,5	241

Таким образом, язык общения в Казахстане оказывает существенное влияние на структуру медиапотребления, однако эти различия проявляются не на уровне базовых жанровых предпочтений, а на уровне конкретного выбора контента.

Сериалы, фильмы и развлекательные программы остаются ключевыми жанрами для обеих аудиторий, однако внутри этих жанров формируются различные модели потребления. Казахоязычная аудитория демонстрирует более разнообразный подход к выбору контента, сочетая локальные проекты, турецкие сериалы и зарубежные фильмы. В свою очередь, неказахоязычная аудитория характеризуется более однородной структурой предпочтений с выраженной ориентацией на российский контент, который формирует основу как в сериальном, так и в развлекательном и киноформате.

Наиболее заметные различия проявляются в развлекательном сегменте, где казахоязычные зрители преимущественно выбирают локальные форматы, отражающие национальный культурный контекст, тогда как неказахоязычная аудитория ориентирована на российские шоу и устоявшиеся развлекательные бренды.

В совокупности это указывает на то, что языковой фактор влияет не столько на выбор жанра, сколько на выбор самого контента, что важно учитывать при формировании программной сетки и адаптации телевизионных проектов под разные аудитории.

3.2. Обзор популярных казахстанских передач

Qoslike

реалити-шоу о знакомствах и отношениях

Телеканал: 1-й канал Евразия

Жанр: развлекательная программа

Время трансляции: пн-пт 14:30-18:30

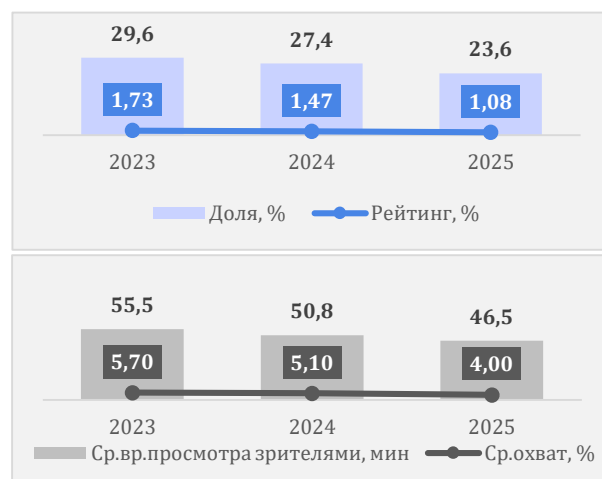


Описание

Основной фокус программы – развитие романтических связей между участниками. Зрители следят за этапами знакомства, свиданиями и изменением отношений в реальном времени. Через голосование аудитория может влиять на судьбу участников, поддерживать пары и принимать участие в ключевых решениях. Программа занимает стабильное место в эфире и пользуется популярностью у широкой аудитории. За время существования программа «Qoslike» успела стать одной из наиболее узнаваемых телепроектов в жанре реалити-шоу в Казахстане.

Аудиторные показатели

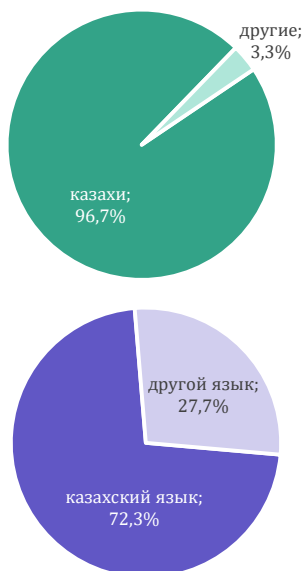
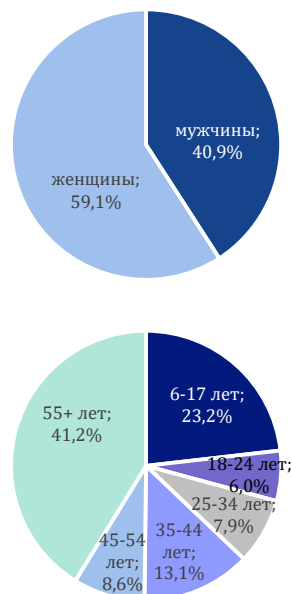
В 2025 году программа демонстрирует снижение показателей по сравнению с предыдущими периодами: доля составила 23,6%, рейтинг – 1,08%. Также отмечается сокращение среднего времени просмотра и охвата аудитории. Несмотря на это, проект сохраняет устойчивое присутствие в эфире и остается одним из заметных форматов в сегменте ежедневных развлекательных программ.



Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min]

Профиль аудитории

В профиле аудитории наблюдается преобладание женщин – 59.1%. Передача привлекает зрителей разных возрастов – от молодежи до пожилых. Особенно активны в ее просмотре две возрастные группы: дети 6–17 лет и зрители старше 55 лет, которые обеспечивают наибольший вклад в общий рейтинг.



Аудитория программы «Qoslike» преимущественно представлена зрителями казахской национальности – они составляют 96.7% от общего числа зрителей. При этом 72.3% аудитории предпочитают казахский язык общения. Такая структура подчеркивает устойчивый интерес к казахоязычному контенту и одновременно указывает на наличие двуязычных зрителей.

Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%, 2025 год

Программа «QosLike» остается одним из самых узнаваемых телепроектов страны и продолжает занимать заметные позиции в жанре романтического реалити-шоу в Казахстане. Уникальный формат, сочетающий живые эмоции участников и активное вовлечение зрителей, позволяет привлекать и удерживать широкую аудиторию. При этом в 2025 году наблюдается некоторое снижение показателей, что может отражать как насыщение формата, так и общие изменения в структуре телесмотрения.

Қызық премия

премия, объединяющая популярные юмористические номера, выступления артистов и награждение лучших проектов



Телеканал: Хабар

Жанр: развлекательная программа

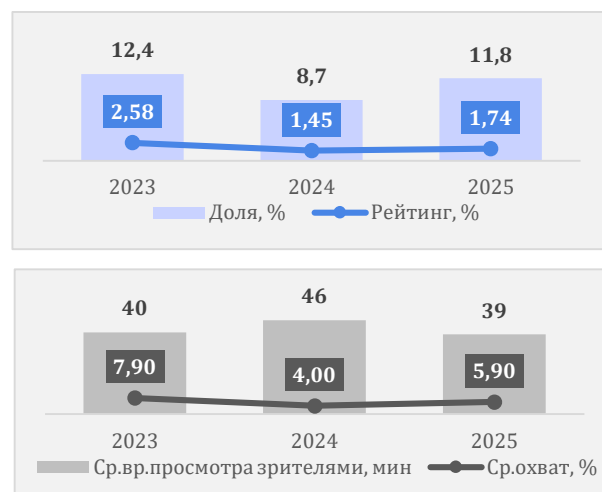
Время трансляции: 31 декабря 20:00-22:00

Описание

«Қызық премия» – это развлекательная телевизионная премия, в рамках которой подводятся итоги года в индустрии юмора и развлекательного контента. Программа сочетает элементы концертного шоу, юмористических выступлений и церемонии награждения. В эфире представлены популярные артисты, комедийные номера, а также вручение наград в различных номинациях, что делает проект значимым событием в телевизионной повестке.

Аудиторные показатели

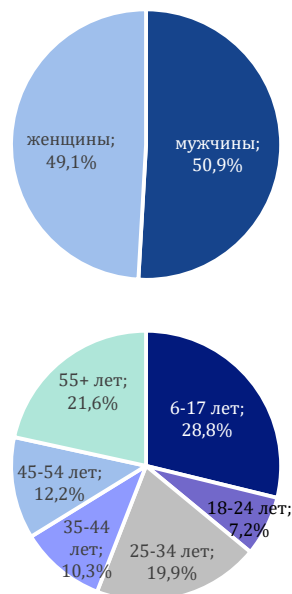
В 2025 году программа демонстрирует рост показателей по сравнению с 2024 годом: доля увеличивается до 11,8%, рейтинг – до 1,74%. Важно учитывать, что программа традиционно выходит в новогоднюю ночь, что обеспечивает высокий уровень зрительского внимания и охвата, характерный для событийных и праздничных форматов.



Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min]

Профиль аудитории

Аудитория программы характеризуется сбалансированным распределением по полу, что указывает на универсальную привлекательность формата. Проект охватывает широкий возрастной спектр, при этом заметную долю составляют как молодые зрители (6–17 лет), так и активные возрастные группы 25–34 лет и взрослое население старше 55 лет, что отражает семейный и объединяющий характер новогоднего эфира.



В структуре аудитории преобладают зрители казахской национальности, а также аудитория, предпочитающая разговаривать на казахском языке. В целом профиль аудитории демонстрирует способность проекта объединять разные возрастные и социальные группы в рамках одного медиасобытия.

Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%, 2025 год

«Қызық премия» выступает как сильный событийный проект, концентрирующий высокий интерес аудитории в момент трансляции и демонстрирующий устойчивый спрос на национальный развлекательный контент. Традиционный выход программы в новогоднюю ночь усиливает её значение как праздничного телевизионного события, объединяющего зрителей разных возрастов. Это делает проект не только популярным развлекательным продуктом, но и важным элементом телевизионной повестки, отражающим культурные и медиапотребительские особенности аудитории.

Аллигатор

исторический сериал о борьбе с диверсантами в Алма-Ате 1943 года, основанный на реальных и рассекреченных событиях



Телеканал: 1-й канал Евразия

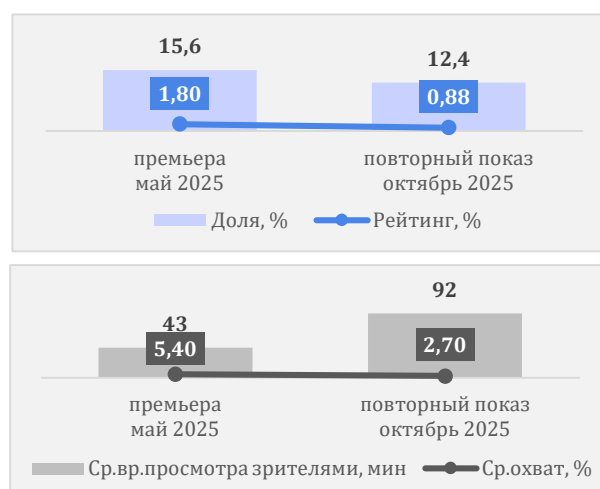
Жанр: детектив

Описание

«Аллигатор» – исторический сериал, основанный на реальных событиях и архивных материалах, включая рассекреченные документы. Действие разворачивается в Алма-Ате в 1943 году, где в условиях военного времени и работы эвакуированных заводов усиливается криминальная активность и диверсионная угроза. В центре сюжета – борьба с бандитизмом и агентами Третьего рейха, а также взаимодействие различных служб для предотвращения диверсий.

Аудиторные показатели

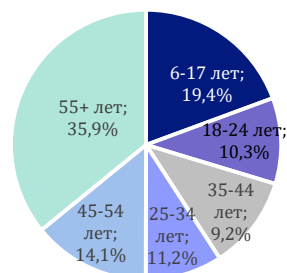
Премьера сериала в мае 2025 года показала более высокие результаты (доля – 15,6%, рейтинг – 1,80%) по сравнению с повторным октябрьским показом (12,4% и 0,88%). При этом повторный показ характеризуется более длительным средним временем просмотра, что, вероятно, связано с показом нескольких серий подряд, а не исключительно с ростом вовлеченности аудитории.



Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min]

Профиль аудитории

Аудитория сериала характеризуется умеренным преобладанием женщин, при этом в целом распределение по полу остается достаточно сбалансированным. Основной интерес к проекту проявляют зрители старшего возраста (55+), а также взрослые возрастные группы, что отражает специфику жанра и тематики сериала.



В структуре аудитории заметна более высокая доля неказахоязычных зрителей, что может быть связано с историческим и детективным содержанием, а также стилистикой повествования. При этом значительную часть аудитории по-прежнему составляют казахи, что свидетельствует о широкой привлекательности проекта. В целом профиль аудитории указывает на востребованность более серьезного, сюжетно ориентированного контента среди зрелых зрителей, а также на способность проекта привлекать аудиторию с различными языковыми предпочтениями.

Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%, 2025 год

Сериал «Аллигатор» демонстрирует высокий интерес аудитории на этапе премьеры и сохраняет вовлеченность при последующем показе. Проект выделяется на фоне других программ за счет более серьезной тематики и исторического контекста, что позволяет привлекать зрелую аудиторию и расширять жанровое разнообразие телевизионного контента. Интерес к сериалу подтверждает спрос на сюжетно насыщенные проекты с элементами детектива и драмы, а также показывает потенциал исторических форматов в структуре современного телевидения.

Патруль

комедийный сериал о повседневной работе сотрудников патрульной полиции, их служебных ситуациях и личных отношениях



Телеканал: НТК

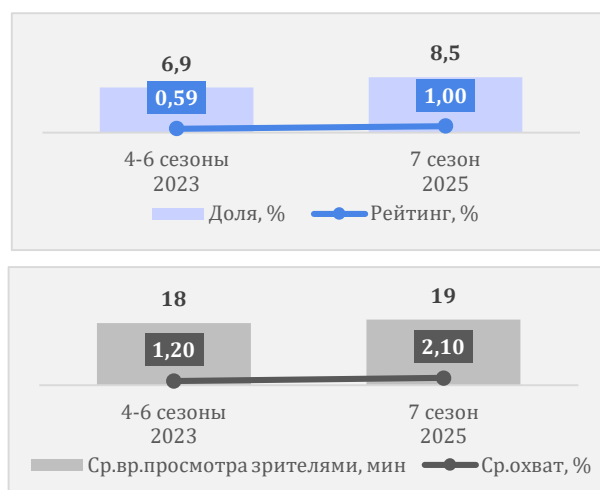
Жанр: комедия

Описание

Сериал рассказывает о работе сотрудников патрульной полиции, которые ежедневно сталкиваются с различными ситуациями на улицах города – от мелких правонарушений до более серьезных происшествий. В центре внимания не только их служебные обязанности, но и личные отношения, дружба и взаимодействие внутри коллектива. Каждая серия показывает новые случаи и вызовы, с которыми сталкиваются герои, сочетая элементы юмора с жизненными ситуациями и отражая повседневную реальность городской жизни.

Аудиторные показатели

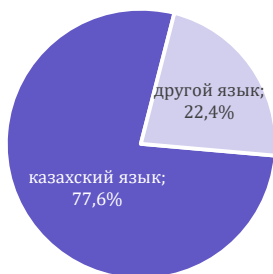
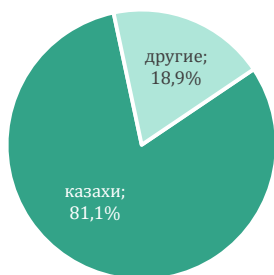
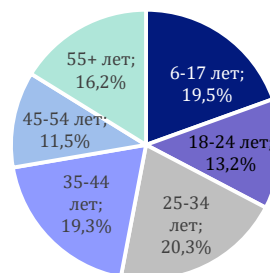
В 2025 году (7 сезон) сериал демонстрирует заметный рост показателей по сравнению с предыдущими сезонами: доля увеличивается до 8,5%, рейтинг – до 1,0%, а охват аудитории возрастает почти вдвое. При этом среднее время просмотра остается стабильным, что говорит о сохранении интереса зрителей к формату.



Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Rtg%, Share%, AvRch%, AvAud(View)[min]

Профиль аудитории

Аудитория сериала характеризуется небольшим преобладанием мужчин, что отличает проект от большинства других сериалов. Основной интерес проявляют зрители в возрасте 25–44 лет – активная и социально вовлеченная аудитория, что соответствует тематике сериала и его городской повестке. Вместе с тем проект охватывает и другие возрастные группы, включая молодежь и более старших зрителей, что указывает на его универсальность.



В структуре аудитории преобладают казахи, а также зрители, предпочитающие казахский язык. В целом профиль аудитории демонстрирует ориентацию сериала на широкую, но при этом более активную и динамичную часть телезрителей.

Данные K-Research Central Asia, TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, TgSat%, 2025 год

Сериал «Патруль» демонстрирует устойчивую положительную динамику и укрепление позиций в эфире за счет выхода новых сезонов. Легкий формат, сочетающий юмор и повседневные жизненные ситуации, обеспечивает стабильный интерес со стороны аудитории и делает проект востребованным в сегменте развлекательного контента. Рост показателей подтверждает, что сериалы с продолжительной историей и узнаваемыми персонажами сохраняют свою актуальность, а также способны привлекать новую аудиторию, оставаясь конкурентоспособными на фоне разнообразия телевизионных форматов.

Глава 4. Реклама на ТВ

Данная глава посвящена анализу телевизионной рекламы в Казахстане за 2023–2025 годы. В центре внимания – ключевые тенденции развития рынка, изменения в объемах и долях рекламы, динамика популярных форматов, структура крупнейших рекламодателей и востребованных товарных категорий. Также рассматривается распределение рекламной активности (GRP) по телеканалам.

4.1. Типы рекламы на ТВ

По данным Центрально-Азиатской Рекламной Ассоциации (ЦАРА), в 2023 году суммарный объем рекламы во всех медиа составил 113,5 млрд тенге, в 2024 году достиг 135,2 млрд тенге, а по итогам 2025 года увеличился до 143 млрд тенге, продемонстрировав рост на 6% по сравнению с предыдущим годом.

Телевидение занимает второе место по объему рекламных инвестиций после интернета. По итогам 2025 года на долю ТВ приходится 30% рекламного рынка, тогда как интернет аккумулирует 53% всех рекламных бюджетов. Несмотря на активное развитие digital-сегмента, телевидение сохраняет значимую роль как инструмент массового охвата аудитории.

На фоне общего роста рынка телевизионная реклама также демонстрировала положительную динамику, оставаясь важным каналом для массового охвата. По итогам 2025 года объем телевизионной рекламы увеличился на 3% и достиг 42,6 млрд тенге. Спрос на ТВ был особенно высок в категориях фармацевтики, прохладительных напитков, банковских и финансовых услуг, а также бытовой техники и кондитерских изделий. При этом заметно усилилось присутствие digital-компаний (Яндекс, Ozon, OLX и др.) на телевидении, что отражает интеграцию онлайн- и оффлайн-стратегий.

Эффективность телевизионной рекламы обеспечивается не только высоким охватом аудитории, но и разнообразием доступных рекламных форматов. Казахстанские телеканалы предлагают рекламодателям широкий набор инструментов, позволяющих решать различные коммуникационные задачи – от повышения узнаваемости бренда до продвижения конкретных товаров и услуг. Рассмотрим наиболее распространенные типы рекламы, представленные на казахстанском телевидении:

- Видеоролик (ролик) – классический и самый распространенный формат, представляющий собой короткие видеосюжеты длительностью в среднем 10–30 секунд, которые транслируются в перерывах между программами или внутри программных блоков. Самый массовый и узнаваемый формат.
- Спонсорский ролик – рекламный видеоролик (10–20 сек.), при этом связанный с конкретной телепередачей или программой как спонсорский контент. Обычно транслируется до или после программы. Отличается от обычного ролика привязкой к контенту.
- Динамическая заставка – графический или видеоэлемент, который накладывается поверх основного контента. Может двигаться, изменяться по форме, сопровождаться звуком. Обычно демонстрируется в начале, конце или во время телепередачи на короткое время (2–5 секунд).

- Титры-сообщение – текстовое сообщение, размещенное внизу или в другой части экрана. Может быть рекламного или информационного характера. Появляется в титрах, но не содержит визуального оформления как у ролика или плашки.
- Социальная реклама – формат, нацеленный на продвижение общественно значимых идей, поведения и ценностей. Обычно создается государственными структурами на различные важные тематики: здоровье, безопасность, права человека, экология и т.д.
- Политическая реклама – реклама кандидатов, партий или инициатив во время избирательных кампаний. Может включать видеоролики, обращения, интервью, слоганы. Направлена на формирование общественного мнения и агитацию.
- Videобаннер – короткий видеосюжет (иногда без звука), накладывающийся на экран во время телепередачи. Может содержать логотип, короткое сообщение или анимацию. Обычно минимального размера.
- Телемагазины – рекламный формат в виде полноценных телепередач, полностью посвященных демонстрации и продвижению товаров.
- Прерывание эфира – внезапное включение короткой рекламной вставки посреди прямого эфира или передачи (часто для срочной, эксклюзивной или спонсорской рекламы).
- Промо-рамка – графическое обрамление изображения (рамка вокруг картинки), в которую интегрирован рекламный или промо-элемент. Может содержать логотип, слоган, акцию. Не мешает просмотру, но постоянно видна.
- Динамическая плашка – анимированная полоска с рекламным сообщением, появляющаяся внизу или сбоку экрана во время передачи. Отличается движением и краткостью. Может включать текст, логотип, телефон.
- Брендированный анонс – анонс телепрограммы или события, оформленный в стиле конкретного бренда. Может включать логотип, фирменные цвета, слоган и другие элементы фирменного стиля рекламоателя.

Таким образом, телевидение является одним из ключевых каналов коммуникации с широкой аудиторией. Разнообразие рекламных форматов позволяет брендам гибко выстраивать свои стратегии, а высокая заполняемость эфирного времени свидетельствует о стабильном интересе со стороны рекламоателей.

4.2. Топ 20 рекламоателей

Крупнейшие бренды, как международные, так и локальные, активно используют ТВ в своих коммуникационных стратегиях. Данные по топ-20 рекламоателям за 2023–2025 годы позволяют оценить изменения в медиаповедении, структуре отраслей и роли отдельных игроков на рынке.

В 2023 году лидирующую позицию занимала Coca-Cola Almaty Bottlers с долей 8,2% (доля от общего бюджета ТВ-рекламы), за ней следовали Procter & Gamble и Nestle. Структура топа была преимущественно сформирована компаниями сегмента FMCG – производителями продуктов питания, напитков и товаров повседневного спроса. В числе ключевых игроков также представлены Ferrero, L'Oréal/Garnier, Unilever и Pepsico Казахстан, что подтверждает устойчивую ориентацию рекламоателей на массовые категории.

Фармацевтический сектор сохранял значимое присутствие в эфире, включая такие компании, как Санофи-Авентис Казахстан, SANTO, ABBOTT и Сандоз

Фармасьютикалс Д.Д., что отражает высокий спрос на продвижение медицинских товаров. При этом финансовый сектор был представлен ограниченно – единственным крупным игроком выступал Kaspi Bank, занимавший 8-е место с долей 3,3%.

Таблица 35. ТОП-20 рекламодателей за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Cost

№	Рекламодатель	% от общего бюджета ТВ-рекламы
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 Казахстан	3,3%
10	Mars	3,2%
11	FoodMaster	2,6%
12	Санофи-Авентис Казахстан	2,2%
13	Henkel / Schwarzkopf	2,2%
14	Wimm-Bill-Dann	2,0%
15	ABBOTT	1,8%
16	Мон'дэлис Казахстан	1,7%
17	SANTO	1,6%
18	Tele 2 Kazakhstan	1,4%
19	Сандоз Фармасьютикалс Д.Д.	1,4%
20	Danone	1,3%

2024 год ознаменовался относительной стабильностью позиций лидеров, но при этом стал годом появления новых игроков и замещения привычных брендов. Coca-Cola Almaty Bottlers осталась на первом месте с долей 7,0%, за ней – Procter & Gamble и Nestle. Заметный рост продемонстрировал Kaspi bank, поднявшийся на 4-е место.

Сильным сдвигом стало появление фармацевтической компании Stada CIS Kazakhstan (3,8%) в топ-10 – ранее этот бренд не входил в список крупнейших. Это подтверждает рост интереса фарм-сегмента к телевизионным охватам.

Также в десятке – FoodMaster, укрепивший позиции по сравнению с 2023 годом. Новым лицом рейтинга стал Яндекс, что отражает уже не просто эпизодическое, а системное присутствие digital-платформ на ТВ.

При этом из десятки выбыли такие крупные игроки, как L'Oréal/Garnier, Unilever, Санофи, которые ранее стабильно присутствовали в эфире. Это может свидетельствовать о перераспределении бюджетов в сторону digital, либо о сезонных корректировках кампаний.

Таблица 36. ТОП-20 рекламодателей за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Cost

№	Рекламодатель	% от общего бюджета ТВ-рекламы
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 Казахстан	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 Фармасьютткалс Д.Д.	1,5%
18	Мон'дэлис Казахстан	1,5%
19	Colgate-Palmolive	1,4%
20	ALTEL	1,4%

В 2025 году структура крупнейших рекламодателей претерпевает заметные изменения. Лидером становится Nestle с долей 8,0%, незначительно опережая Coca-Cola Almaty Bottlers (7,9%) и RG Brands (7,4%). В топ-5 также входят Procter & Gamble и Stada CIS Казахстан, что подтверждает устойчивое присутствие FMCG- и фармацевтического сегментов.

Финансовый сектор продолжает играть значимую роль: Kaspi Bank сохраняет высокие позиции (4,3%), демонстрируя стабильную телевизионную стратегию. Одновременно усиливается присутствие digital-компаний – в рейтинг входят Ozon Маркетплейс Казахстан и Яндекс, что отражает активное использование как онлайн, так и оффлайн-каналов в рамках единой стратегии.

Таблица 127. ТОП-20 рекламодателей за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Cost

№	Рекламодатель	% от общего бюджета ТВ-рекламы
1	Nestle	8,0%
2	Coca-Cola Almaty Bottlers	7,9%
3	RG Brands	7,4%
4	Procter & Gamble	6,5%
5	Stada CIS Казахстан	4,3%
6	Kaspi Bank	4,3%

№	Рекламодатель	% от общего бюджета ТВ-рекламы
7	FoodMaster	3,8%
8	Озон Маркетплейс Казахстан	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 Казахстан	1,7%
17	Colgate-Palmolive	1,5%
18	KAR-TEL	1,4%
19	Яндекс	1,3%
20	Якобз Казахстан	1,3%

В целом за 2023–2025 годы структура крупнейших рекламодателей на телевидении остается относительно устойчивой: ключевые позиции занимают компании сегмента FMCG, включая производителей продуктов питания, напитков и товаров повседневного спроса.

При этом наблюдается постепенное расширение состава рекламодателей за счет других отраслей. Усиливаются позиции фармацевтических компаний, финансового сектора, а также digital-игроков, которые все активнее используют телевидение в своих коммуникациях.

Изменение лидера в 2025 году и перераспределение долей внутри топа указывают на рост конкуренции между крупными рекламодателями и более гибкое распределение рекламных бюджетов.

Таким образом, телевидение остается важным каналом для продвижения, сохраняя привлекательность как для традиционных FMCG-брендов, так и для новых категорий рекламодателей.

4.3. Топ 10 товарных категорий

Рынок телевизионной рекламы в Казахстане остается активным и продолжает играть важную роль в продвижении товаров и услуг. Анализ топ-10 товарных категорий за 2023–2025 годы позволяет проследить изменения в структуре рекламной активности и выявить ключевые направления инвестиций.

В 2023 году наибольшую долю рекламных выходов занимала категория «Медицина и фармацевтика» (22%), что отражает высокий спрос на продвижение медицинских товаров. Второе место занимали «Продукты питания» (19%), за ними следовали «Безалкогольные напитки» (14%) и «Услуги» (13%). Также значимую долю занимали категории «Парфюмерия, косметика и личная гигиена» и «Вычислительная и копировальная техника, software». В целом структура категорий была сосредоточена вокруг товаров повседневного спроса и базовых услуг.

Таблица 38. ТОП-10 товарных категорий за 2023 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Insertions

№	Категория	Доля от общего количества выходов	Количество выходов	Бюджет (в долларах, с учетом НДС)
1	МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА	22%	1 133 284	175 788 723
2	ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	19%	983 664	210 555 372
3	БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	14%	725 680	126 216 034
4	УСЛУГИ	13%	701 898	174 609 329
5	ПАРФЮМЕРИЯ, КОСМЕТИКА И ЛИЧНАЯ ГИГИЕНА	10%	496 255	98 304 199
6	ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ И КОПИРОВАЛЬНАЯ ТЕХНИКА, SOFTWARE	6%	317 169	92 597 896
7	БЫТОВАЯ И ПРОМЫШЛЕННАЯ ХИМИЯ	3%	165 441	36 058 258
8	КУЛЬТУРНО-ЗРЕЛИЩНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ	3%	146 188	32 374 193
9	УПОМИНАНИЕ: ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	1%	65 886	13 234 107
10	ЖИВОТНЫЕ И РАСТЕНИЯ	1%	61 486	11 606 021

В 2024 году происходит смена лидера: на первое место выходят «Продукты питания» (21%), опережая «Медицину и фармацевтику» (19%). «Услуги» укрепляют позиции (15%), а «Безалкогольные напитки» сохраняют значимую долю (13%). В структуре категорий появляется больше разнообразия, включая рост технологических и нишевых направлений.

Таблица 39. ТОП-10 товарных категорий за 2024 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Insertions

№	Категория	Доля от общего количества выходов	Количество выходов	Бюджет (в долларах, с учетом НДС)
1	ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	21%	1 514 305	106 688 782
2	МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА	19%	1 352 810	78 480 614
3	УСЛУГИ	15%	1 053 830	73 451 489
4	БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	13%	919 646	77 713 509
5	ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ И КОПИРОВАЛЬНАЯ ТЕХНИКА, SOFTWARE	7%	536 078	39 871 217
6	ПАРФЮМЕРИЯ, КОСМЕТИКА И ЛИЧНАЯ ГИГИЕНА	7%	504 451	61 185 862
7	БЫТОВАЯ И ПРОМЫШЛЕННАЯ ХИМИЯ	4%	266 042	34 508 217
8	КУЛЬТУРНО-ЗРЕЛИЩНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ	3%	218 003	23 913 131
9	ЖИВОТНЫЕ И РАСТЕНИЯ	2%	123 089	7 786 360
10	БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	1%	85 223	4 774 156

В 2025 году «Продукты питания» усиливают лидерство (24%), подтверждая устойчивый интерес рекламодателей к массовым потребительским категориям. «Медицина и фармацевтика» занимает второе место (20%), оставаясь одним из ключевых драйверов рынка. «Безалкогольные напитки» (19%) и «Услуги» (18%) продолжают занимать значительную долю рекламных выходов.

Заметную роль также играют категории «Парфюмерия, косметика и личная гигиена» и «Вычислительная и копировальная техника, software» (по 10%), что отражает рост конкуренции в сегментах ухода за собой и технологий. Менее крупные

категории сохраняют присутствие, формируя более разнообразную структуру рекламного рынка.

Таблица 40. ТОП-10 товарных категорий за 2025 год. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Insertions

№	Категория	Доля от общего количества выходов	Количество выходов	Бюджет (в долларах, с учетом НДС)
1	ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	24%	1 902 981	153 344 114
2	МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА	20%	1 602 095	114 228 647
3	БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	19%	1 497 001	128 091 217
4	УСЛУГИ	18%	1 442 579	116 299 638
5	ПАРФЮМЕРИЯ, КОСМЕТИКА И ЛИЧНАЯ ГИГИЕНА	10%	763 839	69 905 123
6	ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ И КОПИРОВАЛЬНАЯ ТЕХНИКА, SOFTWARE	10%	761 487	49 413 002
7	БЫТОВАЯ И ПРОМЫШЛЕННАЯ ХИМИЯ	5%	362 140	32 297 154
8	УПОМИНАНИЕ: ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	2%	187 765	17 391 826
9	УПОМИНАНИЕ: БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	2%	143 728	9 473 306
10	ЖИВОТНЫЕ И РАСТЕНИЯ	2%	140 599	12 778 674

В целом за 2023–2025 годы структура товарных категорий в телевизионной рекламе не претерпевает резких изменений: ключевые позиции занимают продукты питания, фармацевтика, напитки и услуги.

При этом наблюдается постепенное смещение акцента в сторону продуктов питания, которые выходят на первое место и усиливают свои позиции. Одновременно сохраняется высокий уровень активности фармацевтического сегмента.

Также становится заметным расширение категорий за счет технологий, косметики и сервисных направлений, что указывает на рост конкуренции и более активное использование телевидения различными секторами.

Таким образом, телевизионная реклама продолжает концентрироваться вокруг массовых категорий, обеспечивающих широкий охват аудитории, при одновременном расширении круга рекламируемых товаров и услуг.

4.4. Объем GRP в разрезе телеканалов

GRP (Gross Rating Point) – это один из ключевых показателей эффективности рекламы на телевидении. Он отражает суммарный рекламный охват, выраженный в процентах от целевой аудитории. Проще говоря, GRP показывает, сколько раз реклама потенциально могла быть увидена: если, например, 100% аудитории увидели ролик один раз – это 100 GRP, или если 50% увидели его дважды – это тоже 100 GRP. Чем выше значение GRP, тем выше интенсивность размещения рекламы и тем больше шансов, что сообщение бренда достигло своей аудитории.

GRP 30 – это агрегированный показатель, рассчитанный на основе 30-секундных рекламных выходов, что является стандартной единицей измерения в индустрии. Анализ GRP позволяет оценить не просто количество выходов рекламы, а ее реальное присутствие на телевидении, с учетом аудитории и времени выхода. Ниже представлен обзор распределения GRP 30 между казахстанскими телеканалами

за 2023-2025 годы, который позволяет понять, какие каналы были наиболее востребованы у рекламодателей и как менялась ситуация на рынке.

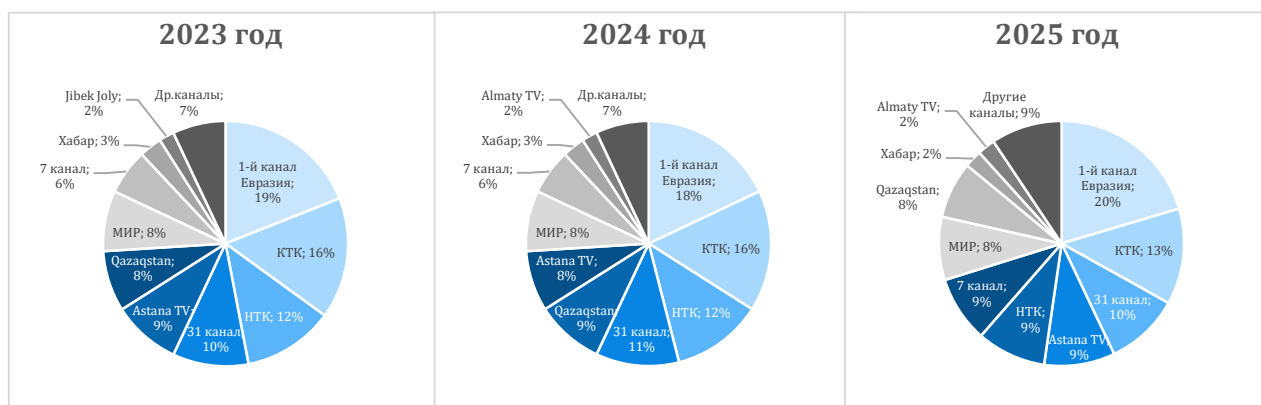
В 2023 году лидирующую позицию занимал 1-й канал Евразия с долей около 19%, за ним следовали КТК и НТК. Группа телеканалов – 31 канал, Astana TV, Qazaqstan и Мир – демонстрировала близкие значения, формируя конкурентную среду в среднем сегменте.

2024 год ознаменовался несколькими интересными изменениями. На 1-м канале Евразия наблюдается снижение доли GRP – до 18%. Несмотря на это телеканал остается лидером. Это может говорить о росте конкуренции и перераспределении рекламных бюджетов. КТК удерживает вторую позицию, а НТК – третью. Остальные телеканалы сохранили примерно те же позиции: 31 канал, Astana TV, Qazaqstan и Мир удерживаются в диапазоне 8–11%, 7 канал сохраняет 6%.

В 2025 году 1-й канал Евразия усиливает позиции и увеличивает долю до 20%, оставаясь основным каналом размещения рекламы. КТК занимает второе место (13%), при этом разрыв с лидером остается значительным.

Группа каналов 31 канал (10%), Astana TV (9%), НТК (9%), 7 канал (9%), Мир (8%) и Qazaqstan (8%) – демонстрирует близкие показатели. Доля GRP телеканалов Хабар и Almaty TV составляет по 2%.

Рисунок 138. Распределение объема GRP'30 среди телеканалов. Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, GRP'30



В целом за 2023–2025 годы структура распределения GRP по телеканалам остается относительно стабильной: 1-й канал Евразия занимает лидирующую позицию, а КТК, НТК и 31 канал входят в число ключевых площадок для размещения рекламы.

При этом усиливается конкуренция среди каналов со схожими долями. Это указывает на более равномерное распределение рекламных бюджетов и гибкий подход рекламодателей к выбору площадок.

Таким образом, телевизионный рынок характеризуется сохранением сильных лидеров при одновременном усилении конкуренции между остальными каналами.

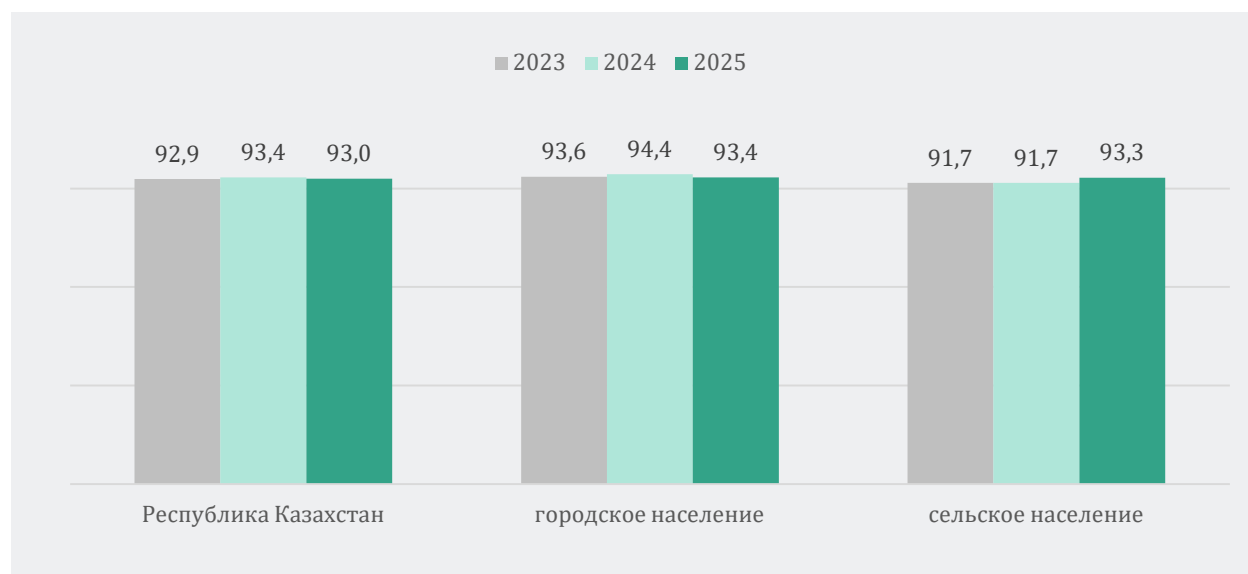
Глава 5. Интернет и ТВ

Медиапотребление в Казахстане продолжает меняться под влиянием цифровизации и широкого проникновения интернета. В 2025 году интернет стал основным каналом получения информации и развлечений – по данным MMI² казахстанцы проводят в сети в среднем 235 минут в день. Это делает цифровые платформы ведущим источником контента в повседневной жизни. Телевидение остается важной частью медиабюджета – на него ежедневно приходится 94 минуты. Радио и печатные СМИ отнимают значительно меньше времени: радио – 24 минуты, печатные СМИ – 2 минуты. Это отражает общемировую тенденцию сдвига в сторону цифровых платформ.

Среднестатистический казахстанец ежедневно тратит значительное количество времени на потребление различных медиа, при этом доля интернета в этом бюджете постоянно растет.

Согласно данным Бюро национальной статистики, доля пользователей интернета среди населения Казахстана в возрасте от 6 лет и старше остается на стабильно высоком уровне, превышая 93%³. В 2024 году показатель достиг 93,4%, а в 2025 году составил 93,0%.

Рисунок 19. Доля пользователей интернета. Данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан



²Media Marketing Index (MMI) – это ежегодное исследование потребительского поведения и медиапредпочтений городского населения Казахстана (15+, города с населением 100 000+). Оно позволяет анализировать целевые группы по демографическим характеристикам, потреблению более 250 товарных групп и 5400 торговых марок, а также по использованию ТВ и радио. Основа данных – опрос 3000 респондентов.

³Методология исследования Бюро национальной статистики основана на масштабном общегосударственном статистическом наблюдении по использованию информационно-коммуникационных технологий в домашних хозяйствах. Выборочное исследование охватило 21 000 домашних хозяйств. При этом пользователями сети Интернет считались лица, которые подключались к сети хотя бы один раз за последние три месяца посредством любых устройств и в любом месте (на работе, дома, по месту обучения и в общественных местах).

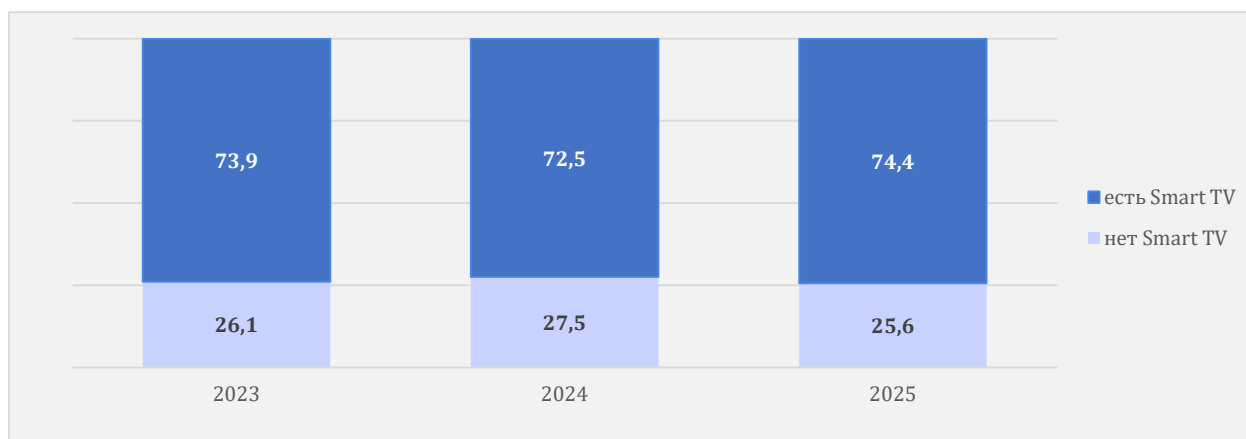
При этом различия между городскими и сельскими территориями по уровню интернет-проникновения остаются минимальными. В 2025 году в городах доступ к интернету имеют 93,4% жителей, в сельской местности – 93,3%.

Таким образом, разрыв между городом и селом практически незначителен, что свидетельствует о высокой степени доступности интернета по всей стране.

Параллельно с развитием интернета в Казахстане сохраняется высокий уровень проникновения Smart TV. Все больше домохозяйств используют телевизоры с функцией подключения к интернету, что позволяет совмещать традиционное телевидение с онлайн-контентом и стриминговыми сервисами.

По данным Установочного исследования, в 2023 году доля телевизоров с функцией Smart TV в крупных городах составляла 73,9%. В 2024 году показатель незначительно снизился до 72,5%, однако уже в 2025 году вновь зафиксирован рост – до 74,4%. Таким образом, Smart TV устойчиво доминирует в структуре телевизионных устройств, оставаясь основным форматом потребления видеоконтента и подтверждая тенденцию к дальнейшей интеграции телевизионного и цифрового просмотра.

Рисунок 20. Наличие телевизоров с функцией Smart TV. Данные K-Research Central Asia: Установочное исследование, города с населением 100 000+ человек, домохозяйства

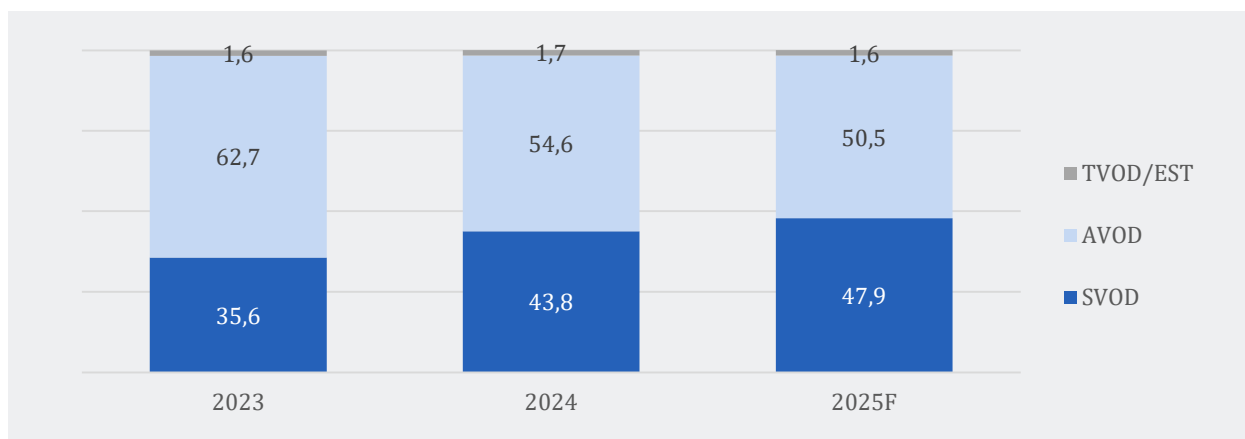


На фоне активной цифровизации и роста проникновения интернета онлайн-видео, стриминговые сервисы и контент «по запросу» продолжают усиливать свою роль в медиапотреблении казахстанцев.

Согласно исследованию J'son & Partners Consulting, в 2024 году рынок онлайн-видео в Казахстане (включая модели AVOD, SVOD и TVOD/EST) вырос на 28% и достиг 18,5 млрд тенге (около 36,4 млн долларов США). Это подтверждает устойчивый интерес аудитории к индивидуальному просмотру контента на различных устройствах – смартфонах, планшетах и Smart TV.

Структура рынка онлайн-видео демонстрирует постепенные изменения. В 2023 году основную долю занимала модель AVOD (62,7%)– видео по запросу с рекламой – однако уже в 2024 году ее доля снизилась до 54,6%, а по прогнозным данным на 2025 год – до 50,5%. Несмотря на это, AVOD остается крупнейшим сегментом, что говорит о готовности аудитории потреблять контент с рекламой в обмен на бесплатный доступ.

Рисунок 21. Структура рынка онлайн-видео в Казахстане по моделям монетизации. Данные J'son & Partners Consulting



В то же время модель SVOD (подписка на видео по запросу) показывает устойчивый рост: с 35,6% в 2023 году до 43,8% в 2024 году и, по прогнозу, до 47,9% в 2025 году. Это отражает постепенное изменение поведения пользователей, которые все чаще готовы платить за контент ради удобства и отсутствия рекламы. В Казахстане к сервисам SVOD относятся такие международные платформы, как Netflix, IVI, Megogo, а также локальные видеобиблиотеки операторов связи – BeeTV, Alma TV и другие.

TVOD/EST – это модели разовой оплаты за контент: аренда или покупка отдельных фильмов и передач. Такой формат остается нишевым и занимает около 1,6-1,7% рынка, чаще всего применим для премьерных показов или эксклюзивных релизов.

Популярность онлайн-видео продолжает расти, и это напрямую влияет на телесмотрение. Это особенно заметно среди молодежи и городских жителей, где стабильный интернет и разнообразие устройств позволяют смотреть контент в любое время и в любом месте. Все чаще зритель отказывается от жесткой телепрограммы – теперь он сам решает, что, где и когда смотреть.

Такая трансформация медиапотребления меняет не только привычки, но и логику рекламного рынка. Все больше рекламных бюджетов перераспределяется в сторону OLV (online video) – видеорекламы в интернете. Это и короткие ролики, и интеграции в стриминговых сервисах, и реклама в социальных сетях – таких как YouTube, TikTok, Instagram и т.д.

Казахстанские телеканалы не остаются в стороне от цифровых трендов. В условиях растущей конкуренции со стороны онлайн-видео и стриминговых платформ они активно ищут пути сохранения аудитории и интеграции в цифровую экосистему. Все чаще телепроекты становятся доступными не только в эфире, но и в интернете – на стриминговых сервисах (например, IVI) и видеоплатформах.

Многие телеканалы активно развивают свое присутствие в социальных сетях – YouTube, TikTok, Instagram и т.д. Они публикуют эксклюзивные фрагменты эфира, анонсы и короткие форматы, которые особенно востребованы среди молодой аудитории. Эти усилия уже приносят заметные результаты и становятся важной частью коммуникационной стратегии.

На YouTube лидирующие позиции занимают такие телеканалы, как Хабар, а также 7 канал и Qazaqstan, которые формируют наиболее крупные аудитории и регулярно публикуют контент. Также заметное присутствие имеют нишевые и музыкальные проекты, включая Той Думан и Gakku Media.

В TikTok наиболее активными и успешными являются Qazaqstan и 7 канал, которые смогли сформировать значительную аудиторию за счет короткого и динамичного контента. 1-й канал Евразия также демонстрирует устойчивое развитие в этом направлении.

В Instagram особенно выделяются развлекательные и музыкальные проекты, среди которых Gakku Media формирует одну из крупнейших аудиторий.

Помимо соцсетей, телеканалы развивают и собственные мобильные приложения, чтобы обеспечить прямой доступ к контенту без посредников. Это позволяет им контролировать пользовательский опыт, собирать данные о зрителях, запускать таргетированную цифровую рекламу и постепенно выстраивать собственную цифровую платформу распространения контента – наравне с международными стримингами.

Несмотря на активное наступление цифровых платформ, телевидение в Казахстане сохраняет сильные позиции и продолжает оставаться важной частью медиасреды. Телевидение по-прежнему удерживает внимание массовой аудитории и сохраняет ценность для рекламного рынка.

Однако модель потребления медиа неизбежно меняется – и телеканалы уже адаптируются под новые реалии. Они выходят в онлайн, развивают соцсети, публикуют контент на видеоплатформах, сотрудничают со стримингами, создают мобильные приложения и используют аналитику цифрового поведения.

Таким образом, цифровизация – это не угроза, а возможность. Телеканалы, готовые к трансформации и диалогу с новой аудиторией, получают шанс не только сохранить позиции, но и открыть для себя новые направления роста и устойчивого развития в цифровой среде.

Глава 6. Как смотрят ТВ в разных странах

В разных странах мира время, проводимое за просмотром телевизора, существенно различается. Эти различия связаны с культурными привычками, уровнем развития технологий и социально-экономическим контекстом.

Для сравнения среднего времени просмотра среди населения были выбраны страны из разных регионов – Азии, Европы, Африки, Америки и Ближнего Востока⁴. Такой подход позволяет показать, как телесмотрение варьируется в зависимости от географических, демографических и культурных особенностей.

Среди представленных стран на рисунке 19 разброс по среднему времени телесмотрения в 2025 году составляет от 1 часа 27 минут до 4 часов 2 минут в день. Лидером является Азербайджан, где население в среднем смотрит телевизор 4 часа 2 минуты в день. Высокие показатели также демонстрируют ОАЭ, Польша, Южно-Африканская Республика, Турция и Россия, где среднее время просмотра превышает три часа в день. Это может говорить о стабильной роли телевидения как основного источника досуга и информации, особенно там, где стриминговые сервисы еще не вытеснили традиционное линейное вещание. Кроме того, в этих странах значительную часть аудитории могут составлять пожилые зрители, которые проводят больше времени перед экраном.

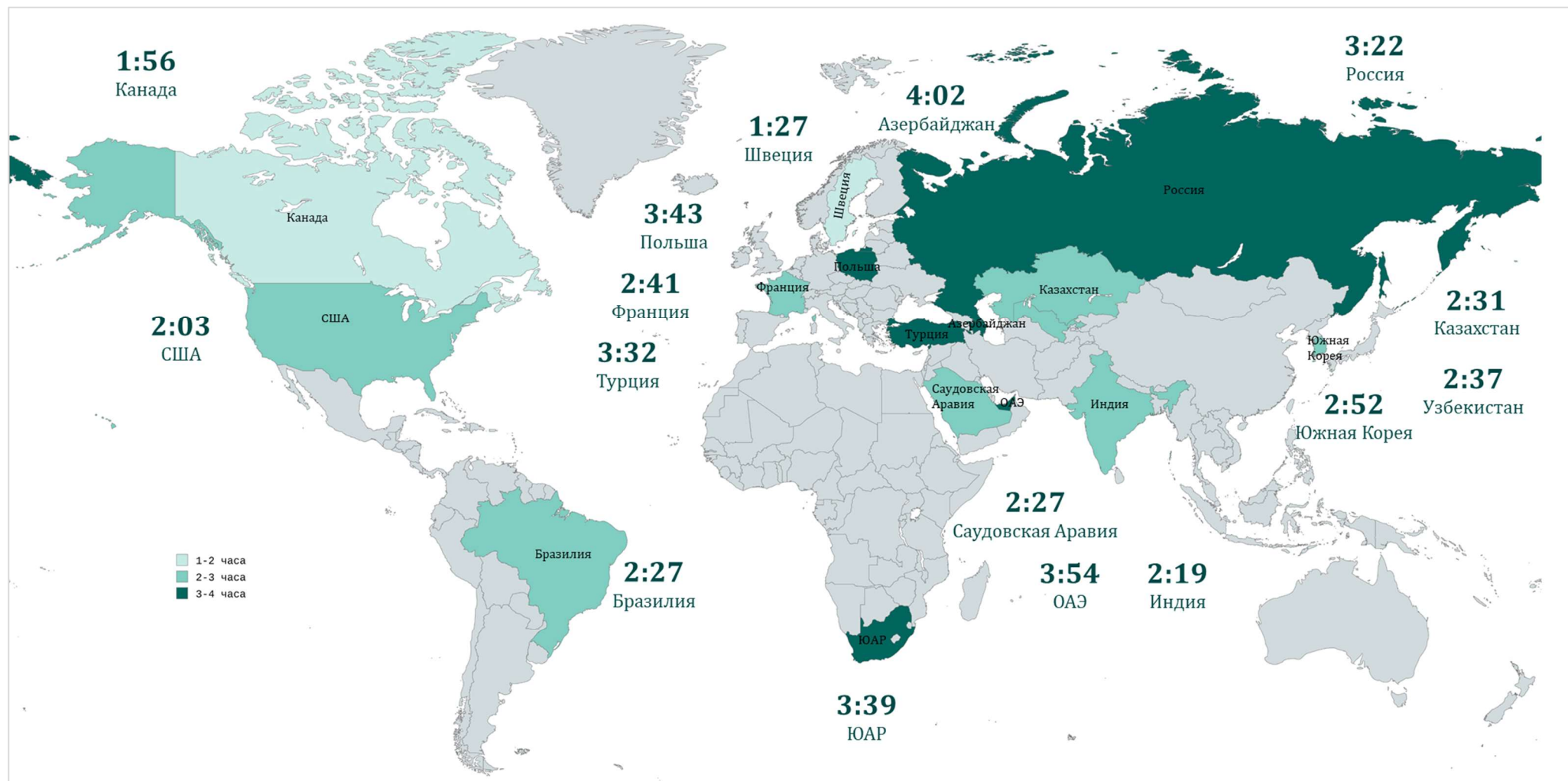
В диапазоне от двух до трех часов в день находятся Южная Корея, Франция, Узбекистан, Бразилия, Саудовская Аравия, Индия и США. Для этих стран характерно сохранение интереса к традиционному телевидению наряду с активным развитием цифровых платформ и онлайн-видео.

Наименьшее среднее время просмотра – менее двух часов в день – зафиксировано в Канаде и Швеции. Это может быть связано с высоким уровнем цифровизации, широким доступом к скоростному интернету и популярностью стриминговых платформ, которые становятся основным способом потребления видео.

Телевизионные привычки в разных странах зависят не только от уровня технологий и доступа к интернету, но также отражают культурные и социальные особенности. В Казахстане, как и в других странах с разным уровнем развития медиа и инфраструктуры, телевидение по-прежнему остается важным источником информации и развлечений. При этом в некоторых странах уже заметно снижение интереса к традиционному телевидению и рост популярности цифровых платформ. Сравнение стран с высоким и низким временем просмотра показывает, насколько по-разному устроено медиапотребление в зависимости от условий жизни, возраста населения и доступности альтернативных форматов контента.

⁴ Источник данных: Glance – One Television Year in the World 2026.

Рисунок 22. Среднее время просмотра среди населения в 2025 году. Источник: Glance – One Television Year in the World 2026



Заключение

Несмотря на дальнейшее развитие цифровых платформ, социальных сетей и онлайн-видео, телевидение в Казахстане сохраняет значимую роль в медиапотреблении и остается одним из ключевых каналов охвата широкой аудитории. Высокий уровень распространенности телевизоров, включая Smart TV, а также разнообразие способов доставки сигнала обеспечивают доступность телевидения для различных групп населения, включая жителей отдаленных регионов.

При этом медиапотребление продолжает меняться: растет популярность онлайн-видео и сервисов «по запросу», усиливается конкуренция со стороны digital-платформ, а рекламные бюджеты постепенно перераспределяются между каналами коммуникации. Эти процессы влияют на структуру телесмотрения и требуют от телеканалов более гибкого подхода к контенту и его распространению.

Казахстанские телеканалы адаптируются к новым условиям: развивают присутствие в социальных сетях, используют короткие форматы и усиливают производство локального контента. При этом локальный контент остается важной частью эфирной сетки и способствует удержанию аудитории, особенно в условиях растущей конкуренции за внимание зрителя.

Таким образом, телевидение в Казахстане не утрачивает своей значимости, а постепенно трансформируется с учетом изменений медиасреды. Оно продолжает выполнять функции информирования и развлечения, оставаясь важной частью медиапространства страны.

Приложение

КАРТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ

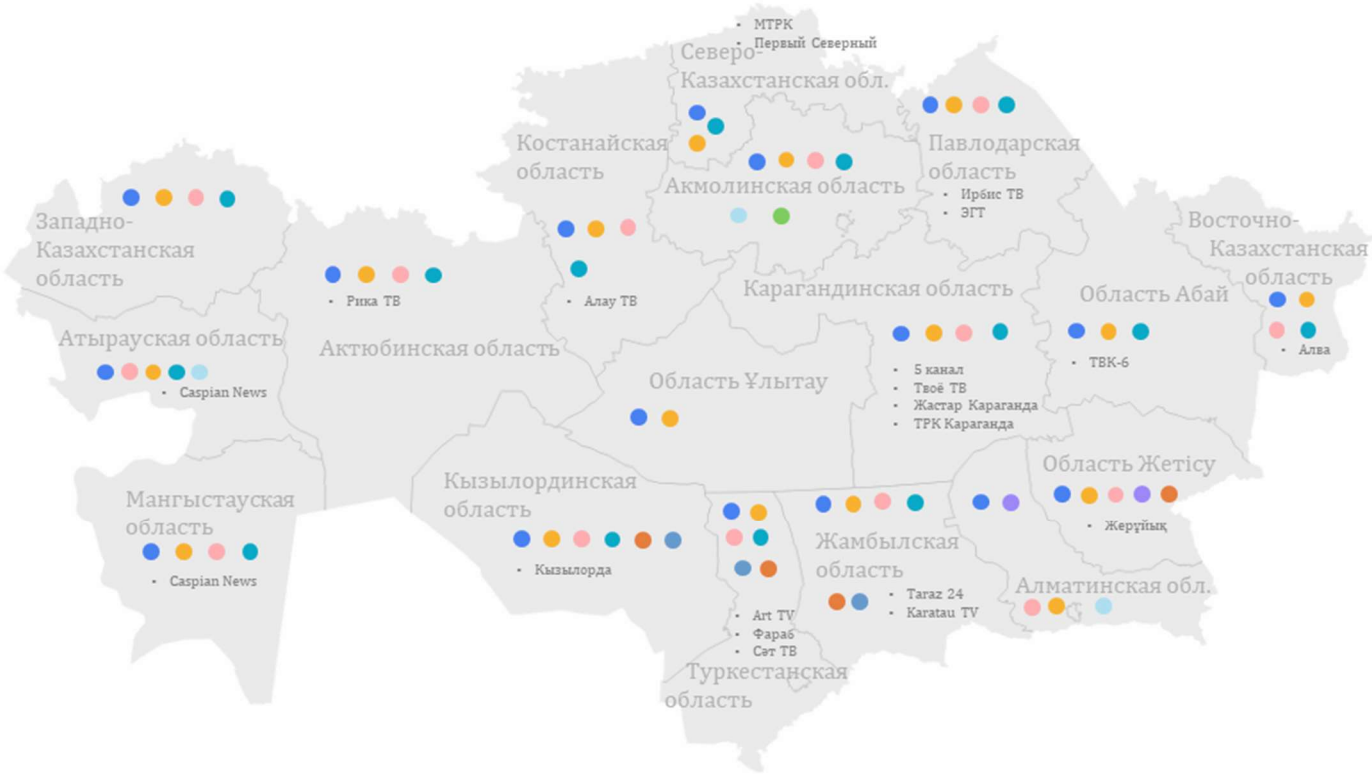
Условные обозначения

● Телеканалы Qazaqstan, Хабар, 24KZ, Jibek Joly, Balapan, Abai TV, Qazsport, El Arna, Первый канал Евразия, Мир, Almaty
El Arna – прекратил вещание в апреле 2025 года
Almaty – не вещает в следующих областях: Алматинская, Абай, Улытау

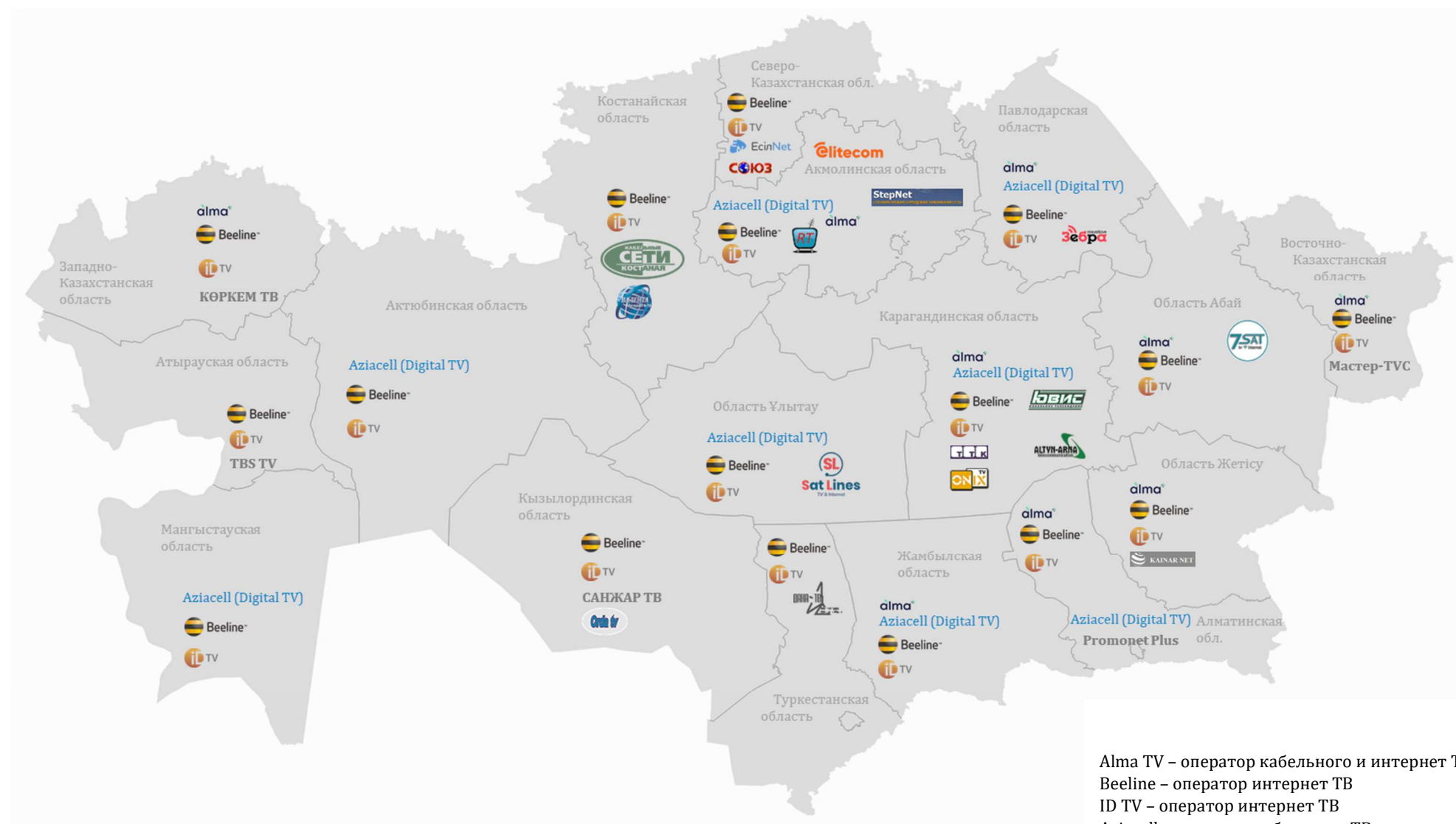
● Телеканалы Astana TV, КТК, НТК, 7 канал, 31 канал, Atameken Business
Astana TV – не вещает в следующих областях: Алматинская, Абай, Улытау
7 канал – не вещает в следующих областях: Алматинская, Улытау
31 канал – не вещает в Алматинской области
Atameken Business – не вещает в следующих областях: Алматинская, Абай

● Телеканалы Тұран ТВ, InSport, Мир 24, ТДК-42, Новое телевидение
Тұран ТВ – не вещает в Шымкенте и следующих областях: Алматинская, Актюбинская, ЗКО, СКО, Костанайская, Жетысу
InSport – не вещает в Шымкенте и следующих областях: Алматинская, Туркестанская
Мир 24 – не вещает в Алматинской области
ТДК-42 – не вещает в Шымкенте и Алматинской области
Новое телевидение – не вещает в Шымкенте и следующих областях: Алматинская, Туркестанская

● Региональные телеканалы РТРК «Казахстан»
● Телеканал Жетісу
● Телеканалы Gakku Media и Той Думан
● Телеканал Sport Plus Kazakhstan
● 77TV
● HAN TV
● Местные телеканалы



КАРТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОВАЙДЕРОВ КАБЕЛЬНОГО И ИНТЕРНЕТ ТВ



ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ

Рейтинг (Rating) – это процент от всей потенциальной, которая смотрела определенную телепередачу или телеканал в конкретный временной интервал. Пример: если в стране 10 миллионов населения, и 1 миллион смотрел передачу, ее рейтинг составит 10%.

Доля (Share) – это процент телезрителей, смотревших определенный телеканал или передачу, от общего числа тех, кто в этот момент вообще смотрел телевизор. Пример: если в определенный момент телевизор смотрят 2 миллиона человек, и 1 миллион из них выбрали один канал, доля этого канала составит 50%.

Накопленный охват (Reach) – общее число уникальных зрителей, посмотревших канал или передачу хотя бы один раз в течение выбранного периода (дня, недели, месяца и т. д.). Он не учитывает длительность просмотра, а только сам факт контакта с контентом. Пример: если человек посмотрел программу 2 минуты, а другой – 2 часа, оба считаются по одному разу.

Среднесуточный охват (Average Reach) – среднее количество уникальных зрителей, которые ежедневно включали канал или смотрели передачу хотя бы короткое время.

Среднее время просмотра среди зрителей (Average Audience View) – показатель, отражающий среднюю продолжительность времени, которое зритель провел за просмотром телевизора или конкретного телеканала за день. Измеряется в минутах на человека (или на одного смотрящего). Пример: если один зритель смотрел канал 30 минут, а другой – 90 минут, среднее время просмотра составит 60 минут.

Среднее время просмотра среди населения (Average Audience All) – показатель, отражающий, сколько в среднем минут в день на просмотр телеканала или ТВ тратит каждый человек из всей изучаемой генеральной совокупности, включая и тех, кто вообще не смотрел телевизор. Это более широкий индикатор, используемый для оценки общей вовлеченности населения в телесмотрение. Пример: если в группе из 10 человек только 2 смотрели телевизор по часу, а остальные 8 – не смотрели вовсе, среднее время просмотра среди всего населения составит 12 минут (120 минут / 10 человек).

GRP (Gross Rating Point) – это суммарный рейтинг всех выходов рекламного ролика, отражающий общее количество контактов с аудиторией, выраженное в процентах от потенциальной аудитории. GRP показывает интенсивность охвата, но не учитывает уникальных зрителей – один человек, увидевший рекламу 3 раза, будет засчитан 3 раза.

GRP 30 – это разновидность GRP, нормированная на стандартную длительность рекламного ролика в 30 секунд. Используется для корректного сравнения эффективности рекламных кампаний, особенно если в кампании использовались ролики разной продолжительности. Пример: если 15-секундный ролик набрал GRP = 40, то $GRP\ 30 = (40 \times 15) / 30 = 20\ GRP\ 30$

TgSat (Target Saturation) – показатель, отражающий вклад целевой группы в общее телесмотрение телеканала или программы. Он позволяет определить, какую долю в аудитории составляет конкретная целевая группа и насколько она является «ядром» телесмотрения, тем самым характеризуя профиль аудитории.

Cost – оценочная стоимость размещения рекламы, рассчитанная в долларах США на основе официальных прайс-листов телеканалов, без учета скидок, бонусов и сезонных надбавок.

ДИНАМИКА ДОЛИ ТЕЛЕКАНАЛОВ

№	Телеканал	2023	2024	2025
1	1-й канал Евразия	19,8	18,7	17,3
2	КТК	13,2	11,8	12,2
3	7 канал	5,1	6,6	10,6
4	Мир	7,2	7,3	8,4
5	31 канал	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	Киносериял	-	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

Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, Share%

ДИНАМИКА СРЕДНЕСУТОЧНОГО ОХВАТА ТЕЛЕКАНАЛОВ

№	Телеканал	2023	2024	2025
1	1-й канал Евразия	16,9	14,3	11,8
2	КТК	14,1	11,5	10,3
3	31 канал	10,1	9,4	8,9
4	НТК	11,3	9,8	7,9
5	7 канал	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

Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, AvRch%

ДИНАМИКА СРЕДНЕГО ВРЕМЕНИ ПРОСМОТРА СРЕДИ ЗРИТЕЛЕЙ

№	Телеканал	2023	2024	2025
1	1-й канал Евразия	94,9	95,0	93,9
2	7 канал	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 канал	54,5	58,2	57,7
11	Пятница Int.	59,4	51,0	57,0
12	Киносериял	-	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	Qonaev 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

Данные K-Research Central Asia: TV Index, города с населением 100 000+ человек, 6+ лет, AvAud(View), минуты