



# ტელეაუდიტორიის კვლევა

## სატელეფონო კვლევა

კვლევა ჩატარდა კვლევითი კომპანია სონარის მიერ.

მაისი, 2021 წელი

სატელეფონო კვლევა

გენერალური ერთობლიობა 18+ 2,642,447

შერჩევის ზომა: 1500

შერჩევის ცდომილება: 3.1%



## კვლევის მეთოდოლოგია

**კვლევის მეთოდი:** რაოდენობრივი კვლევა სატელეფონო ინტერვიუს მეთოდით

**შარჩავის მეთოდი:** სტრატეგიული, სტრატეგიული მარტივი შემთხვევითი. სტრატეგის წარმოდგენის რეგონი და დასახლების ტიპი.

**გენერალური ართობლიობა:** 2,642,447

საქართველოს მოსახლეობა 18+

**შარჩავის ჩარჩო:** საქართველოს მოქალაქეების სატელეფონო ბაზა, რომელშიც ფიქსირებულია 1.400.000 სატელეფონო ნომერი.

**შარჩავის ზომა:** 1500 ინტერვიუ

**შარჩავის ცდომილება:** მათემატიკური შარჩავის ცდომილება 95%-იანი სანდოობის გარანტიით: 3.1% გათვალისწინებულია არაარტიკულარული წონებით გამოწვეული „დიფინიცი“.

**მონაცემთა შენთვის შეჯამება:** მონაცემები შენთილია რეგონებისა და დასახლების ტიპის მიხედვით. რეგონებში მოხდა წონების კორექტირება სქესისა და ასაკის მიხედვით (ასაკობრივი ჯგუფები: 18-24. 25-34. 35-44. 45-54. 55-64. 65+).

# ტელემაყურებალთა ვროკორცია და დემოგრაფიული სტრუქტურა საქართველოში

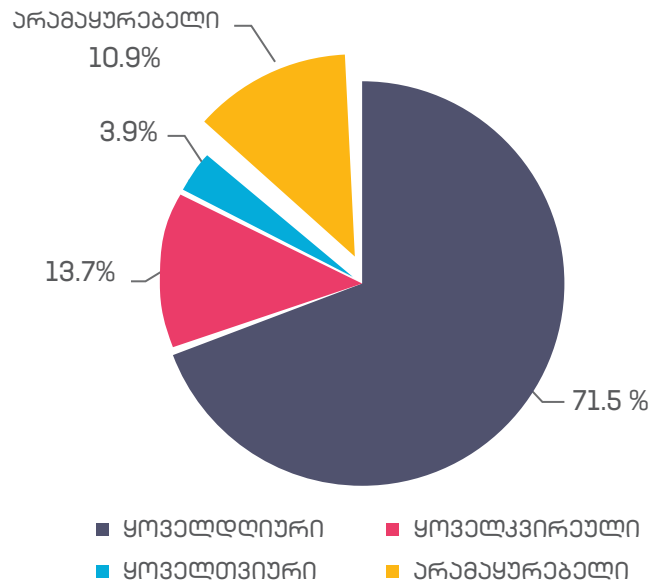
გენერალური ერთობლიობა: საქართველოს მოსახლეობა, 18+  
გამოკითხულ ტელემაყურებალთა რაოდენობა: 1500



# ტელემაყურებელთა პროპორცია მოსახლეობაში (18+)

შეზღოვებული მონაცემები. შერჩევის ზომა: 2021

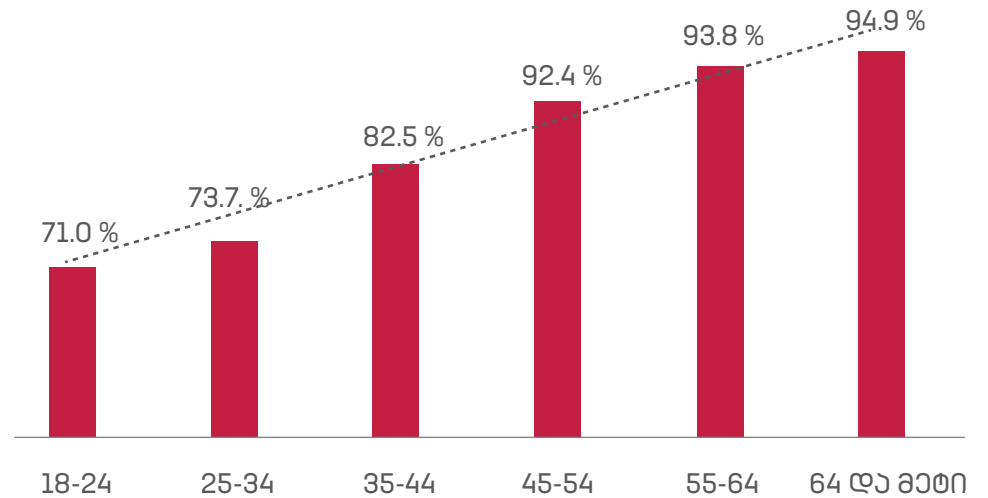
ტელემაყურება



შესწავლილი აუდიტორიის 89,1% ტელევიზორს უყურებს თვეში მინიმუმ ერთხელ მაინც, აქედან 71,5% ტელევიზორს უყურებს ყოველდღე, 13,7% - კვირაში მინიმუმ ერთხელ მაინც, ხოლო 3,9% - თვეში ერთხელ.

ჭაბუკი, ათწიერი სამომხმარებლო სეგმენტის მოცულობა, როგორც ტელევიზორს კვირაში მინიმუმ ერთხელ მაინც უყურებს 85,3%-ს შეადგენს

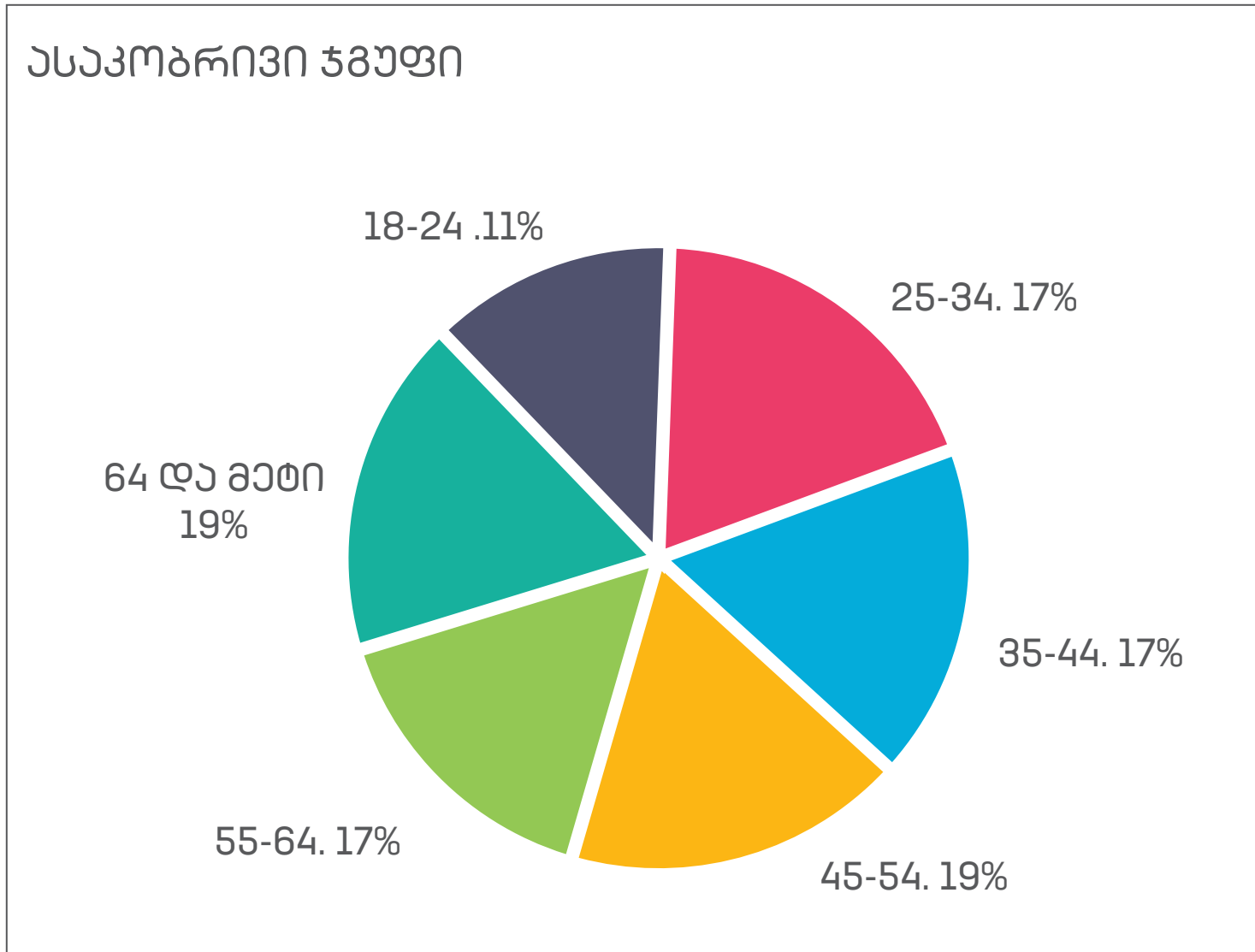
ტელემაყურებელთა პროპორცია ასაკობრივ ჯგუფებში



აუდიტორიის მოცულობა, რომლებიც ტელევიზორს კვირაში მინიმუმ ერთხელ უყურებს, იზრდება ასაკის მატების პარალელურად.

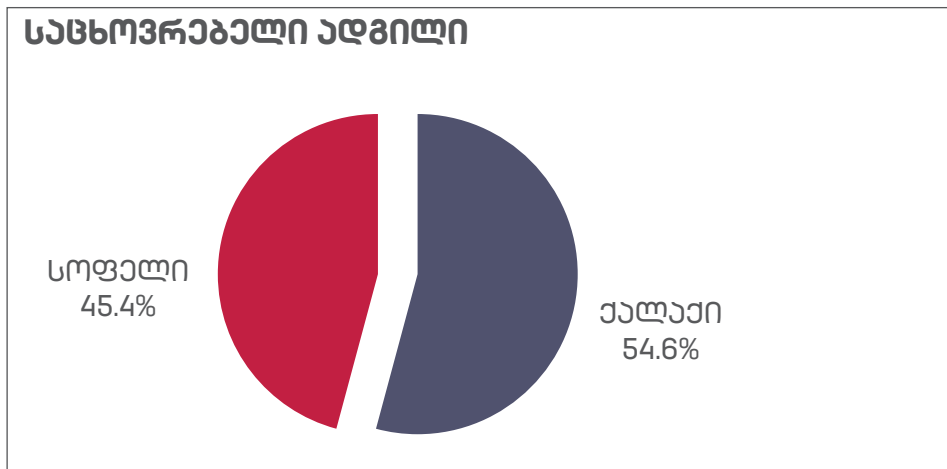
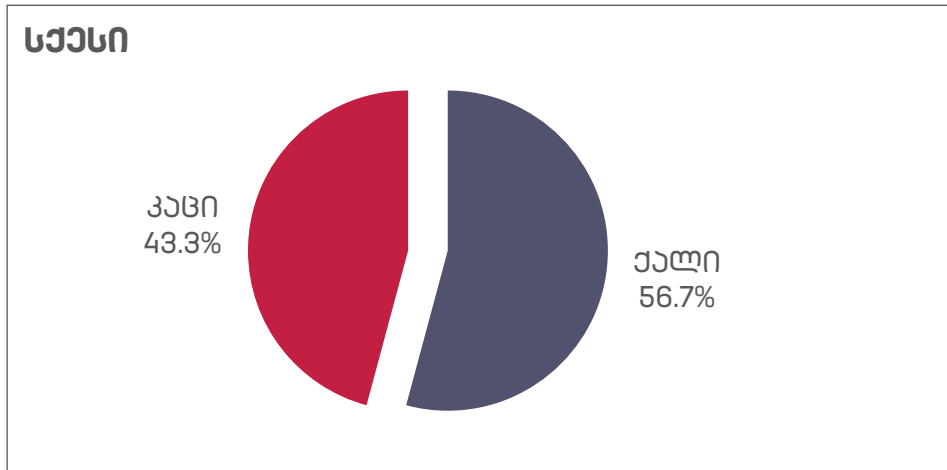
ყოველკვირეული მაყურებლების სეგმენტი 45 წლამდე 76,2%-ს, ხოლო წელს გავიდა 93,7%-ს შეადგენს.

## ტელემაყურებელთა დემოგრაფიული სტრუქტურა



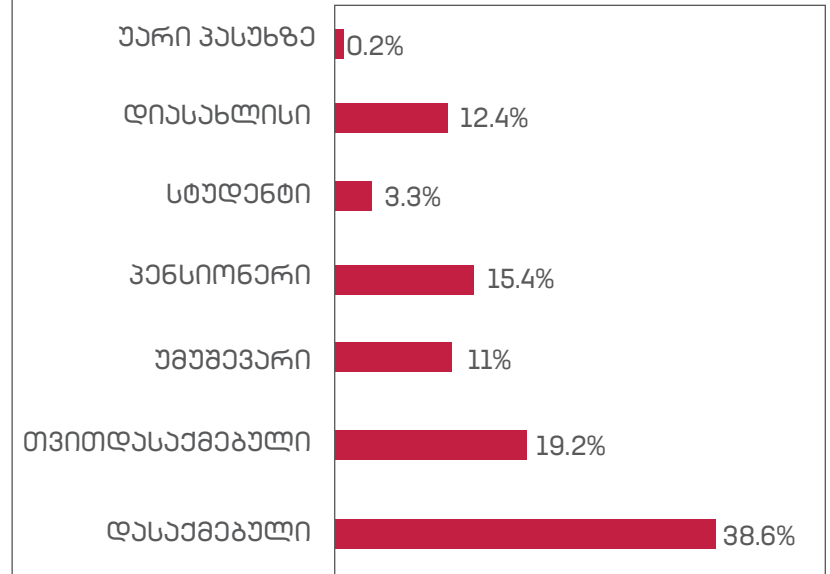


## ტელემაყურებელთა დემოგრაფიული სტრუქტურა



### დასაქმება

სულ დასაქმებულთა  
პროპორცია: 57.8%



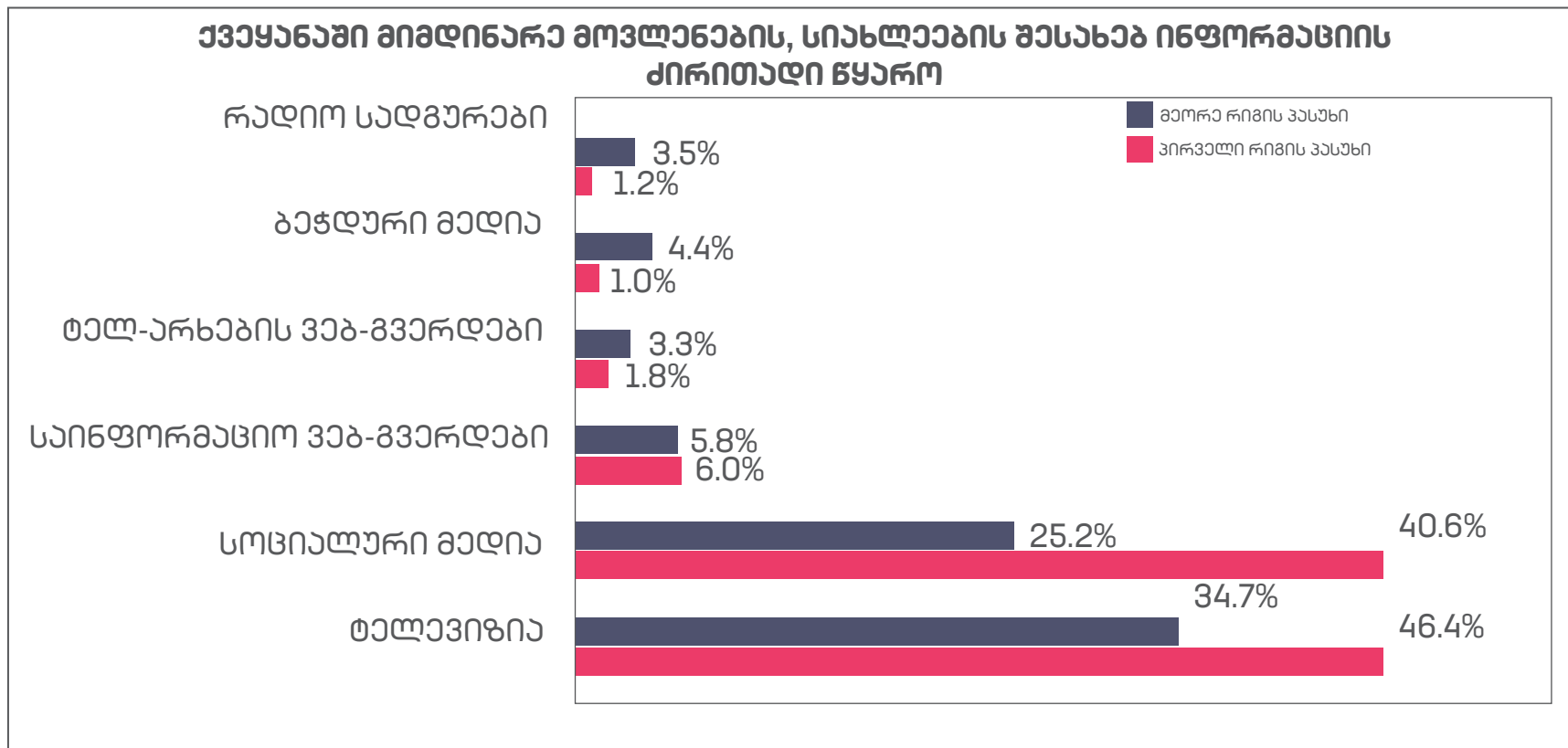
# ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების, სიახლეების შესახებ ინფორმაციის ძირითადი წყარო

პირველი და მეორე რიგის პასუხები



# ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების, სიახლეების შესახებ ინფორმაციის ძირითადი წყარო

**კითხვა:** როგორი წყაროდან იღებთ ძირითადად ინფორმაციას ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების, სიახლეების შესახებ? (პირველი და მეორე რიგის პასუხი)



ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ძირითადი **საინფორმაციო** (პირველი რიგის პასუხი) წყარო **თელე-მაყურებელთა** 48,4%-სათვის **ინტერნეტი**, ხოლო 46,4%-სთვის - **თელევიზია**.

ინტერნეტი პირველი, ან მეორე რიგის საინფორმაციო წყაროა აუდიტორიის 75,1%-სთვის, თელევიზია კი 80,8%-სთვის.

	ორივე პასუხი	პირველი რიგის პასუხი
TV	80.8%	46.4%
ინტერნეტი	75.1%	48.4%



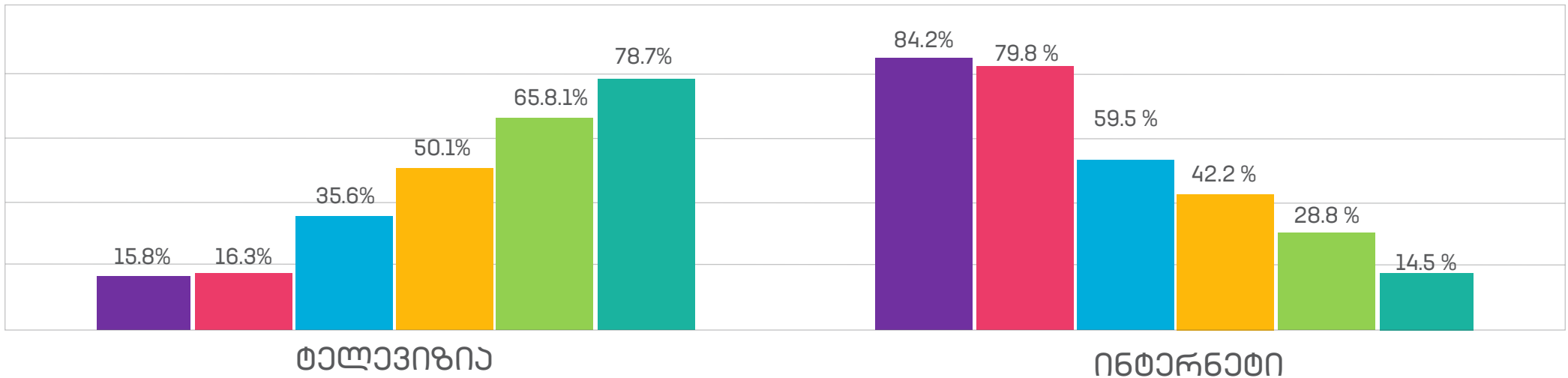


# ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების, სიახლეების შესახებ ინფორმაციის ძირითადი წყარო

კითხვა: როგორი წყაროდან იღებთ ძირითადად ინფორმაციას ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების, სიახლეების შესახებ? (პირველი რიგის პასუხი)

## ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების, სიახლეების შესახებ ინფორმაციის ძირითადი წყარო ასაკობრივი ჯგუფების ჭრილში (პირველი რიგის პასუხი)

18-24 25-34 35-44 45-54 55-64 64 და მეტი



თელევიზიის საინფორმაციო ღირებულება ანუ მისი ადგილი ძირითად საინფორმაციო წყაროებს შორის მცირდება ასაკის კლასის პარალელურად. თელევიზია ძირითადი (პირველი რიგის პასუხი) საინფორმაციო წყაროა 18-დან 34 წლამდე ახალგაზრდების მხოლოდ 16%-სთვის, მაშინ როდესაც გოგადად მოსახლეობაში თელევიზია 46,4%-სთვის წარმოადგენს ინფორმაციის ძირითად არხს. განსაკუთრებით დიდი ადგილი თელევიზიას 55 წელს ზემოთ უკავია.

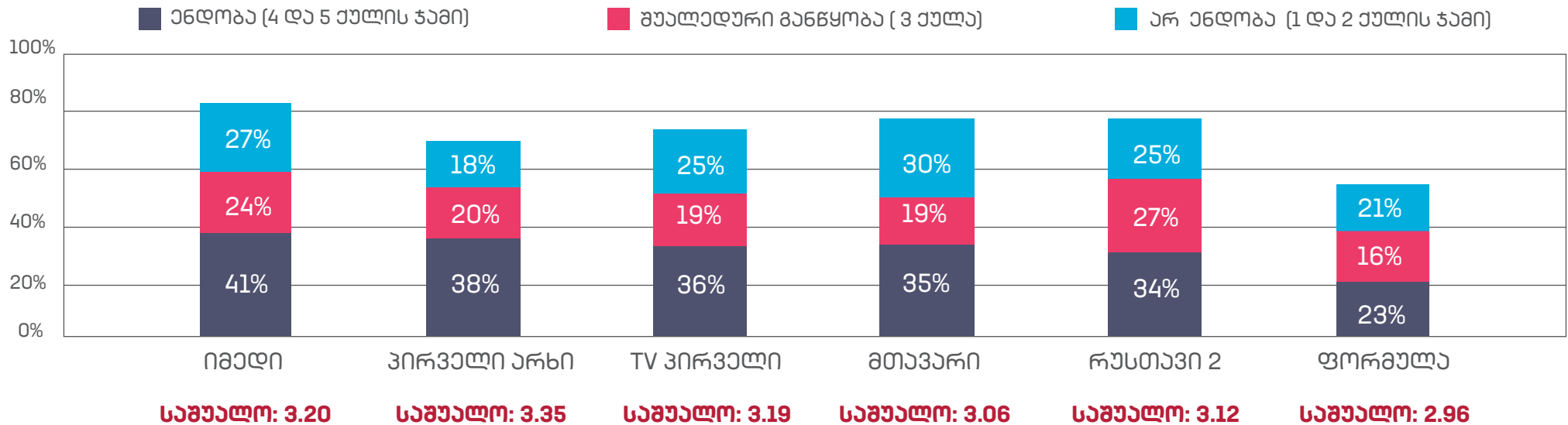
ინტერნეტი ძირითადი საინფორმაციო წყაროა აუდიტორიის 48,4%-სთვის, თუმცა გააჩნია ასაკობრივი ჯგუფის 18-24 წლის ახალგაზრდების 84,2%, 25-34 წლის აუდიტორიის 79,8% ინტერნეტს ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების, სიახლეების შესახებ ინფორმაციის ძირითად წყაროდ მიიჩნევენ. ინტერნეტის როლი განსაკუთრებით მცირეა 55 წელს ზემოთ ასაკობრივი ჯგუფში.

ინტერნეტისა და თელევიზიის როლი ყველაზე დაბალანსებულია 45-54 წლის სემბლეში, რომლის 50% ძირითად საინფორმაციო წყაროდ თელევიზიას, 42,2% კი ინტერნეტს ასახელებს.

## ტელევიზიებისადმი დეობა

კითხვა: ახლა მე წამიკითხავთ რამდენიმა ტელე-არხს, თქვენ კი შაფასათ 5 ქულიან სკალაზე რამდენად ენდობით თითოეული ამ არხიდან მიღებულ ინფორმაციას? (ინტერვალის სკალა (5-ბალიანი სკალა) რეალური პროცენტით)

### სატელევიზიო არხების მიერ გადაცემული ინფორმაციის მიმართ დეობა



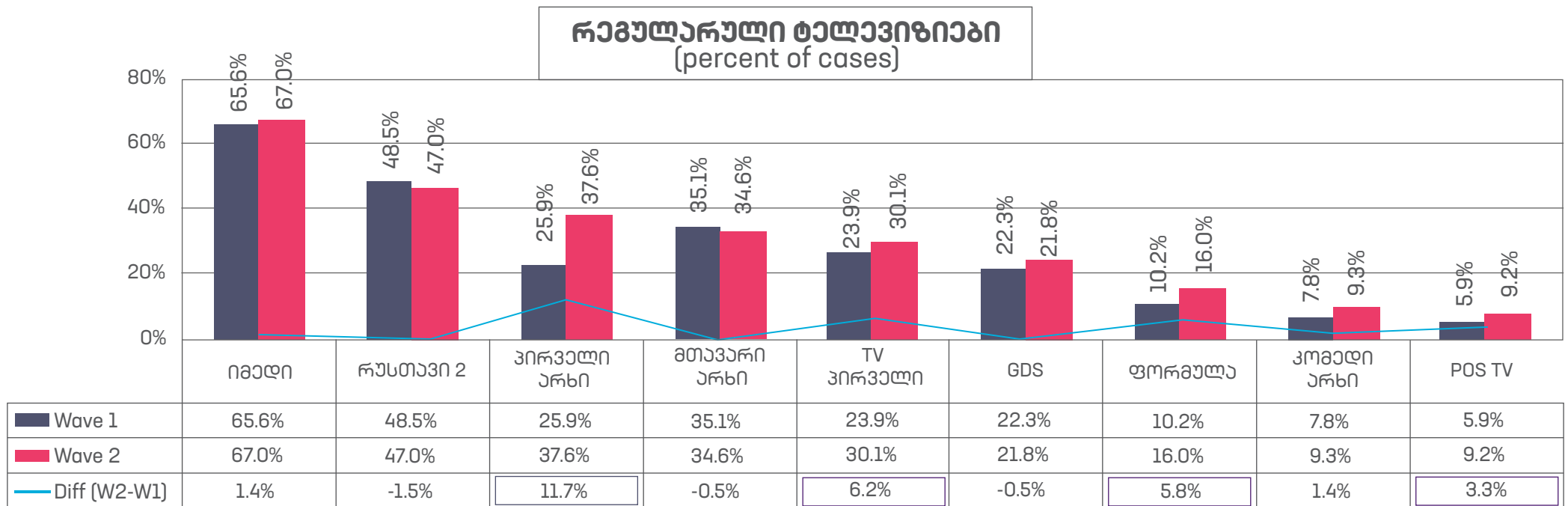
ყველაზე დაბალი უნდობლობის მაჩვენებელი აქვს საზოგადოებრივ მაუწყებელს (არ ენდობა - 18%).

## რეგულარული ტელევიზია

II ტალღა: 2021 მაისი, შერჩევის მოცულობა: 1500 ინტერვიუ; მეთოდი: სატელეფონო ინტერვიუ

I ტალღა: 2020 ოქტომბერი, შერჩევის მოცულობა: 1500 ინტერვიუ; მეთოდი: სატელეფონო ინტერვიუ

რეგულარული ტელევიზია  
(percent of cases)



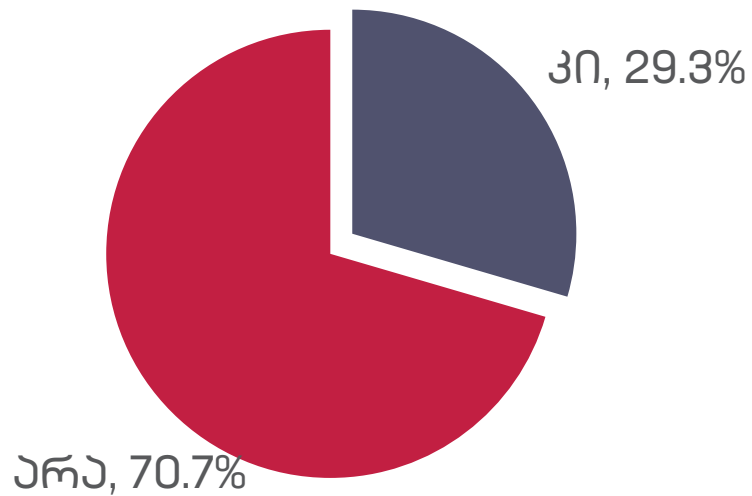
პირველი არხის რეგულარული მაყურებელი გაზრდილია 11.7%-ით



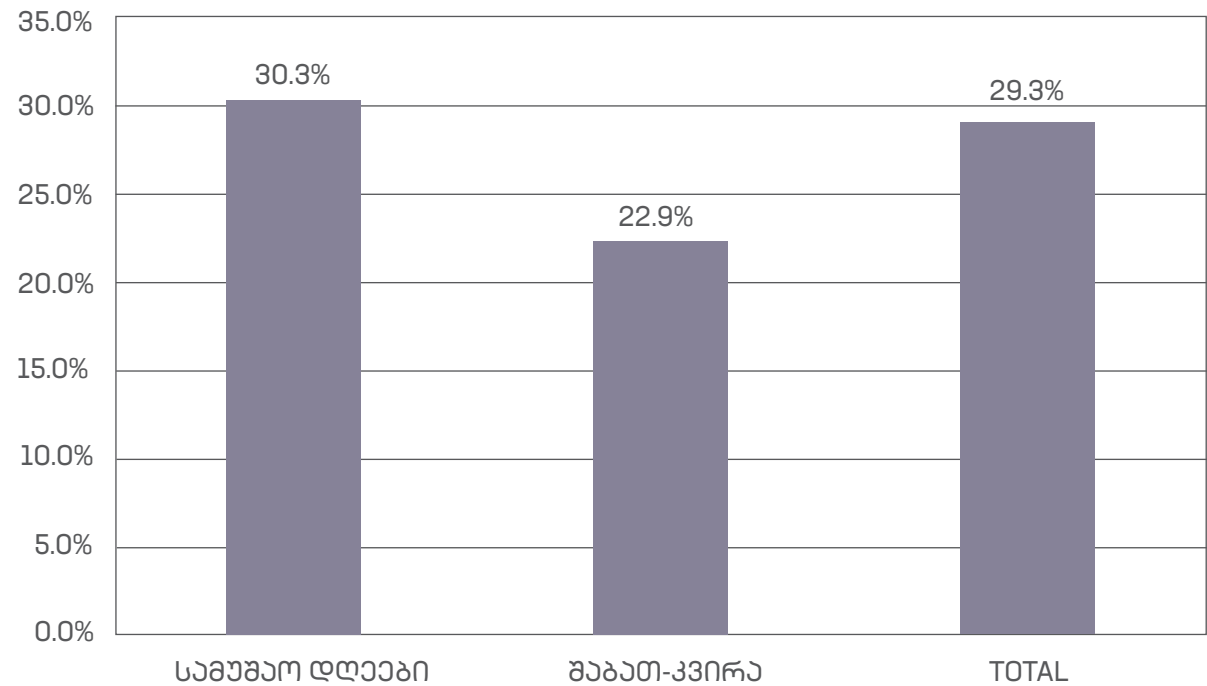
## ინფორმაცია ტელ-ყურების შესახებ

კითხვა: უყურებთ თუ არა ტელევიზორს ამ მომენტში?

### უყურებთ თუ არა ტელევიზორს ამ მომენტში?



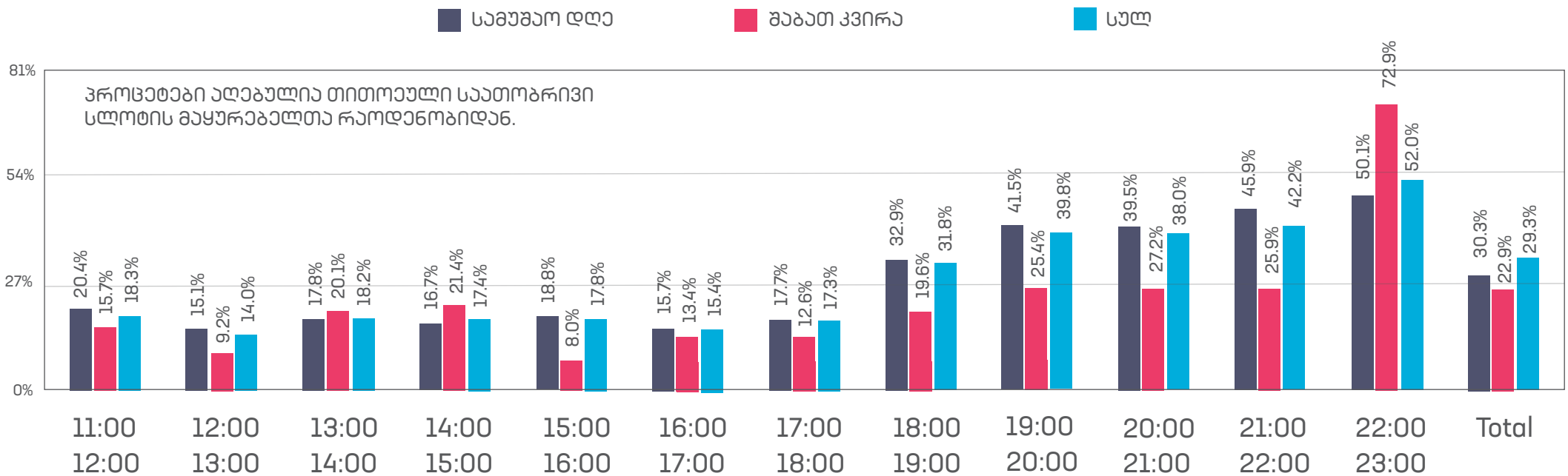
### ტელ-ყურება მიმდინარე დროში



■ კი (უყურებთ თუ არა ტელევიზორს ამ მომენტში?)

## ტელეყურების დროითი ზონები

კითხვა: უყურებთ თუ არა ტელევიზორს ამ მომენტში?  
ერთი კასუხი. ვალიდური პროცენტი



მიმდინარე დროში ტელემაყურებელთა პროპორცია დღის 11-დან საღამოს 11-საათამდე 29,3%-ს შეადგენს;

საუზაო დღეებში ტელე-ყურების ჯამური პროპორცია 30,3%-ია, ეს მაჩვენებელი შაბათ-კვირას 22,9%-მდე მცირდება. დროით ნიბრვალეებში ტელემაყურებელთა პროპორცია უფრო ვარიანებულურია შაბათ კვირას, ვიდრე საუზაო დღეების განმავლობაში.

შაბათ-კვირას ტელე-ყურების მა ტელემაყურებელთა მაქსიმალური პროპორცია თავმოყრილია იგივე დროით ზოლში და შეადგენს 50,1%-ს.