

რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების კვლევა

ანგარიში მომზადებულია აი ფი ემ მარკეტ ინტელიჯენს კავკასუსის მიერ
საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიისთვის

მოცემული დოკუმენტი წარმოადგენს „რადიომაუწყებლობის პრიორიტეტების“ კვლევის ანგარიშს, რომელიც მომზადებულია შპს „აი ფი ემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსის“ მიერ, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის დაკვეთით.



სატენდერო წინადადების მიხედვით, კვლევის ორივე კომპონენტის (თვისებრივი და რაოდენობრივი) განხორციელებისთვის, ჯამში გამოყოფილი იყო 9 კვირა. კვლევის ფარგლებში ჩასატარებელი სამუშაოები განხორციელდა 2021 წლის 25 მაისიდან 26 ივლისის პერიოდში.

IPM MIC-მა დამკვეთთან შეთანხმებით შეიმუშავა კვლევის დიზაინი, განსაზღვრა კვლევის კონკრეტული ამოცანები და მეთოდოლოგია.

კვლევის ძირითადი მიზანი და ამოცანები

კვლევის ორივე კომპონენტისთვის წარდგენილი სატენდერო წინადადება მიზნად ისახავდა შემდეგი საკითხების შესწავლას:

- საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო სპეციალიზებული რადიო მაუწყებლობის თემატიკისადმი;
- საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა კერძო საერთო რადიომაუწყებლობაზე;
- საზოგადოების დამოკიდებულება და მოთხოვნა რეგიონულ (ადგილობრივ) რადიოსადგურის არსებობაზე, რომელიც აქცენტირებული იქნება ადგილობრივი ამბების გაშუქებით;
- რა თემატიკის/ჟანრის გადაცემებს ენიჭება უპირატესობა რადიოს მოსმენის დროს;
- როგორი გადაცემების დეფიციტს განიცდის ქართული რადიოსადგურები;
- რომელი რადიომაუწყებლობის დამატების საჭიროებაა ქართულ რადიო სივრცეში: სპეციალიზებული თუ საერთო რადიომაუწყებლობის;
- სპეციალიზებული მუსიკალური რადიომაუწყებლობის შემთხვევაში რადიომსმენელის პრეფერენციები სხვადასხვა ჟანრისა და მიმდინარეობის მიხედვით;
- ადგილობრივი მოსახლეობისთვის რადიოებზე ხელმისაწვდომობა, ხელმისაწვდომი რადიოების რაოდენობა და მათი დაფარვის ხარისხი.

მეთოდოლოგია

მეთოდოლოგიის ნაწილში აღწერილია, კვლევის ჩატარების მეთოდოლოგია,
რაოდენობრივი და თვისებრივი კომპონენტებისთვის



მეთოდოლოგია

კვლევის განხორციელების პროცესში გამოყენებულ იქნა რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევის მეთოდოლოგიები. თვისობრივი კვლევის კომპონენტში გამოყენებულ იქნა ფოკუს-ჯგუფის ტექნიკა, ხოლო რაოდენობრივი კვლევის კომპონენტში - სატელეფონო გამოკითხვა.



თვისობრივი კვლევა

თვისობრივი კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 6 ფოკუს-ჯგუფი. COVID-19-ის გავრცელების პრევენციის მიზნით და არსებული რეკომენდაციების გათვალისწინებით, ფოკუს-ჯგუფები ჩატარდა ონლაინ-პლატფორმა ZOOM-ის მეშვეობით, წინასწარ შემუშავებული და დამკვეთთან შეთანხმებული სახელმძღვანელოს მიხედვით.

ფოკუს-ჯგუფებში მონაწილეობისთვის შეირჩნენ თბილისსა და საქართველოს ოთხ რეგიონში მცხოვრები რესპონდენტები.

თითოეულ ჯგუფში ჩართული იყო 6-8 მონაწილე. შეხვედრების საშუალო ხანგრძლივობა შეადგენდა 1,5-2,5 საათს. ფოკუს-ჯგუფების დროს გაკეთდა აუდიო/ვიდეო ჩანაწერი, რომლის მიხედვით მომზადდა ტრანსკრიპტები, ხოლო ტრანსკრიპტების გაანალიზების საფუძველზე, საბოლოო შემაჯამებელი ანგარიში.

რაოდენობრივი კვლევა

რაოდენობრივი კვლევა ჩატარდა მთელი საქართველოს მასშტაბით, სატელეფონო გამოკითხვის მეთოდით. ინტერვიუები ჩატარდა, დამკვეთთან წინასწარ შეთანხმებული კითხვარით, რომელიც ძირითადად მოიცავდა დახურულ კითხვებს და ასევე, რამდენიმე ღია/ნახევრად ღია კითხვას.



კვლევის პოპულაციას წარმოადგენდა საქართველოს სრულწლოვანი მოსახლეობა. შერჩევის ჯამური მოცულობა განისაზღვრა 4200 რესპონდენტით. შერჩევის მთელი მოცულობა გადანაწილდა 14 სამაუწყებლო ზონაში, თითოეულში არსებული სტრატეგების ზომის პროპორციულად.

თვისებრივი კვლევის ანგარიში

ეროვნული



ძირითადი მიგნებები

მოტივატორები

რადიოს მოსმენის მოტივატორებია:

- აკმაყოფილებს ადამიანის ინფორმაციულ ნაკადში ყოფნის სურვილს
- შეესაბამება მის ღირებულებათა სისტემას, გემოვნებას
- დამატებითი ძალისხმევის გარეშე სთავაზობს ახალ სტიმულს - გონებრივ ან/და ემოციურ „საკვებს“
- იწვევს სასურველ რეაქციას დადებითი განწყობის შექმნის ან/და ნეგატიური განწყობის თავიდან არიდების სახით
- აძლევს კომუნიკაციაში შესვლის საშუალებას და სხვასთან ინტერაქციაში ჩართულობის შეგრძნებას უღვივებს

რადიოს მოსმენის ხელშემწყობი ფაქტორებია:

- რადიომიმღებ მოწყობილობებზე წვდომის შესაძლებლობა
- საქმიანობის ისეთი ტიპი, რომელიც ადამიანს საშუალებას მისცემს დროის გარკვეულ მონაკვეთში ისარგებლოს რადიომიმღები მოწყობილობით
- ალტერნატიულ საშუალებებზე წვდომის შეზღუდული შესაძლებლობა

ძირითადი მიგნებები

ჯგუფთაშორისი განსხვავებები

ასაკობრივი განსხვავებები:

ახალგაზრდა რესპონდენტები უპირატესობას ანიჭებენ თანამედროვე მუსიკალურ ჟანრებს, პოდკასტის ტიპის ანალიტიკურ გადაცემებსა და სამეცნიერო-ტექნოლოგიური შ; ნაკლებად მოსწონთ ინტერაქციული გადაცემები და ე.წ. „ქალაქური“ სტილის მუსიკა;

ასაკოვანი მსმენელი უპირატესობას ანიჭებს ისეთი ტიპის რადიოს, რომელზეც ქართული მუსიკის მოსმენის შესაძლებლობა აქვს; ინტერაქციული გადაცემები ამ ასაკის მსმენელში მეტი პოპულარობით სარგებლობს;

რეგიონთაშორისი განსხვავებები:

თბილისში მცხოვრები რესპონდენტები მეტად უსმენენ კერძო სპეციალიზებული ტიპის რადიომაუწყებლებს;

სხვა რეგიონებისგან განსხვავებით, სამეგრელოს ჯგუფის წარმომადგენლები მეტად საუბრობენ რეგიონული ამბების გაშუქების მნიშვნელობაზე;

რადიოსთან ურთიერთობის ხანგრძლივობა

რაც უფრო ხანგრძლივად მოიხმარს მსმენელი რადიოს, მით უფრო მეტად აქვს გამორჩეული არხი/არხები; ამის მიუხედავად, მთლიანობაში, მსმენელის ქცევა „ბუნებით მიგრაციის პატერნით“ შეიძლება დახასიათდეს - მსმენელისთვის მეტად არის დამახასიათებელი სხვადასხვა შინაარსის/ფორმატის გადაცემების ძიება;

მაუწყებლობის ოპტიმიზაცია

მიგრაციის პატერნის გათვალისწინებით, მაუწყებლობის ძირითად ამოცანას შეიძლება წარმოადგენდეს არსებული საინფორმაციო ველის ოპტიმიზაცია;

ძირითადი მიგნებები

რადიოს როლი

რადიო ინფორმაციის მიღების ერთ-ერთი ყველაზე მობილური და ლაკონური საშუალებაა. რესპონდენტების შეფასებით, რადიო არის ერთგვარი ანონსი, რომელიც მსმენელს საშუალებას აძლევს მოკლე დროში მიიღოს აქტუალური ინფორმაცია და საჭიროების შემთხვევაში, სხვა წყაროების საშუალებით განავრცოს ის;

მეორე მხრივ, რესპონდენტთა ნაწილი ხაზს უსვამს რადიომაუწყებლობის საპირისპირო მახასიათებელს - გადაცემებისა და სტუმრების ვრცლად, აუჩქარებლად მოსმენის შესაძლებლობას; რადიო პოზიტიური, არადამღლეელი წყაროა, რომელიც სიმშვიდესა და ჰარმონიულობასთან ასოცირდება;

რადიო:

- მსმენელს საშუალებას აძლევს ინფორმაციას მოუსმინოს თვალის გადაღლის გარეშე;
- არის ოპერატიული წყარო;
- რადიო კომფორტული საშუალებაა ისეთი ადამიანებისთვის, რომლებიც დაკავებული არიან მექანიკური, რუტინული საქმიანობით და ამავდროულად, არ აქვთ შესაძლებლობა უყურონ ტელევიზორს ან ინტერნეტზე ჰქონდეთ წვდომა;

ძირითადი მიგნებები

რადიოს როლი

- სხვა ინტერნეტ-საშუალებებთან შედარებით (მაგალითად, YouTube) ტელეფონის ხანგრძლივად გამოყენების შესაძლებლობას იძლევა და ნაკლებად სვამს ელემენტს;
- აძლევს წამყვანთან პირისპირ ინტერაქციის შესაძლებლობას
- არის ინფორმაციის მიღების “ინსტრუმენტი”;
- მეორეხარისხოვანი, დროის გასაყვანი საშუალებაა, რომელსაც მონაცვლეობით იყენებენ პირად მუსიკალურ „ფლეილისტთან“ ერთად;
- არის თანამოაზრე, რომელიც იზიარებს მათ შეხედულებებსა და გემოვნებას;
- აჩენს ერთობის განცდას და ამცირებს მარტოობის, მარტოსულობის შეგრძნებას;
- მიმდინარე მოვლენებისგან განრიდებისა და ნეგატიური განწყობის თავიდან არიდების საშუალებაა;

ძირითადი მიგნებები

რადიოს მოსმენასთან დაკავშირებული ქცევითი პატერნები

მონაწილეების მიერ რადიოს მოსმენის სიხშირე განსხვავებულია და ყოველდღიურად, რამდენიმე საათის განმავლობაში მოსმენიდან - კვირაში ერთხელ, ან უფრო იშვიათად მოსმენამდე მერყეობს.

რესპონდენტების უმრავლესობა რადიოს ძირითადად ავტომობილით მგზავრობისას, მარტო ყოფნისას, ავტომობილის რადიომიმღებით ან ტელეფონის აპლიკაციის საშუალებით უსმენს;

გამოიყოფა ასევე მსმენელების ნაწილი, რომლებიც რადიოს უსმენენ სახლში და რესპონდენტების მცირე რაოდენობა, რომლებიც რადიოს უსმენენ სამსახურში ან სხვა სიტუაციებში (მაგალითად, შესვენებებზე);

სახასიათოა რადიოს მოსმენის პროცესის გაზიარება ახლობელ ადამიანებთან - მაგალითად, ერთობლივი საქმიანობისას ან ერთად მგზავრობის დროს;

ძირითადი მიგნებები

რადიოს მოსმენასთან დაკავშირებული ქცევითი პატერნები

რადიოს საშუალებით მოსმენილი ინფორმაციის სხვა საშუალებებში ძებნა ან პირიქით, სხვაგან მოსმენილი ინფორმაციის რადიოში მოსმენა ოთხ ძირითად გარემოებას უკავშირდება:

- რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ როდესაც რადიოს საშუალებით მოკლედ ისმენენ ახალ ამბებს, ახალ მუსიკალურ ნაწყვეტს, აგრეთვე, სპეციფიკურ ინფორმაციას (მაგალითად, ფილმის ანონსს, კულინარიულ რეცეპტს), სხვა საშუალებებით ცდილობენ მოსმენილის უფრო ვრცლად მოძიებას;
- ინფორმაციის სხვა საშუალებებს იყენებენ რადიოში დაწყებული გადაცემების მოსმენის დასასრულებლად;
- რესპონდენტების მხოლოდ მცირე რაოდენობამ აღნიშნა, რომ ჯერ სხვა მედიასაშუალებებით მოუსმენიათ ისეთი ინფორმაციისთვის, რის შემდგომაც გადმოსულან რადიოარხზე შესაბამისი გადაცემის მოსასმენად. ხდება ისეც, რომ სხვა წყაროებიდან გადმოსულან რადიოარხზე, თუმცა ასეთ შემთხვევაშიც, ძიება მაინც ინტერნეტსივრცეში - რადიოს ვებ-გვერდზე ხდება;
- საზოგადოებრივი ან სხვისი ტრანსპორტით მგზავრობისას რადიოსაშუალებით მოსმენილი ინფორმაციის ძიება საკუთარ მოწყობილობაში;

რესპონდენტების ნაწილი აღნიშნავს, რომ სხვებისთვის რადიოს მოსმენასთან დაკავშირებით რჩევა მიუციათ. ძირითადად, რჩევა უკავშირდება მუსიკალურ გადაცემებს ან იმ რადიოს, რომელზეც რესპონდენტისთვის და მისი გარემოსთვის მისაღები მუსიკალური ჟანრია.

ძირითადი მიგნებები

რადიომაუწყებლობის არსებული მდგომარეობისა და საჭიროებების შეფასება

რესპონდენტების შეფასებით, ქართული რადიოსივრცე ძირითადად გასართობი (მუსიკალური) და პოლიტიკური ხასიათისაა, თუმცა აღნიშნავენ, რომ რადიო მრავალფეროვან თემატიკასაც ფარავს;

მთლიანობაში, რესპონდენტები რადიოს დაჭერის ხარისხს დადებითად აფასებენ. დაჭერასთან დაკავშირებული ხარვეზები ძირითადად ექმნებათ შორ დისტანციაზე ან მაღალმთიან რეგიონში გადაადგილებისას. ასევე, აღნიშნავენ, რომ ადგილობრივი რადიოების დაჭერის ხარისხია საკმაოდ დაბალი.

რესპონდენტების მიერ ქართულ რადიოსივრცეში იდენტიფიცირებული საჭიროებები ეხება:

- გადაცემების შინაარსსა და ფორმატს
- რადიოს ხელმისაწვდომობის ტექნიკურ მხარეს
- რადიომაუწყებლობის პოპულარიზაციის მნიშვნელობას

ძირითადი მიგნებები

რადიომაუწყებლობის არსებული მდგომარეობისა და საჭიროებების შეფასება

გადაცემების შინაარსი და ფორმატი

- რესპონდენტების მიერ დასახელებული თემებია: მედიცინა, მშობელი-შვილის ურთიერთობა, განათლების სფეროში არსებული სიახლეები, ხელოვნება, ისტორიული მოვლენები, რელიგია, საზოგადოება; ასევე, რესპონდენტების დიდი ნაწილის ინტერესის საგანს წარმოადგენს საუბრები ცნობილ, საინტერესო ადამიანებთან; ამ შემთხვევაშიც, ახალგაზრდა რესპონდენტებში უფრო მეტად არის გამოხატული ინტერესი ანალიტიკური გადაცემების მიმართ; ხოლო 30 წელს ზემოთ მსმენელების მიერ მეტად სახელდება ინტერაქციული გადაცემების არსებობის საჭიროება, სადაც მსმენელს უშუალოდ შეეძლება დაკავშირება და წამყვანთან/სტუმრებთან გასაუბრება.
- სპეციფიკური გადაცემები, მაგალითად, რადიო-თეატრი, გადაცემები საპენსიო ასაკს მიღწეული ადამიანების ჩართულობით, Ted Talk-ს ტიპის გადაცემები, ანონიმური საუბრები;
- რადიოს ერთ-ერთ საჭიროებად რეკლამების რაოდენობისა და გადასვლის დაბალანსებაც სახელდება. მიუხედავად იმისა, რომ რესპონდენტებისთვის სარეკლამო ჭრები უსიამოვნოა, უმრავლესობა თანხმდება, რომ რეკლამა რადიოს არსებობისთვის აუცილებელი კომპონენტია; მსმენელებისთვის ძირითადად გამაღიანებელია რეკლამის უხეში შემოჭრა, რომელიც არღვევს რადიოგადაცემის მიერ შექმნილ განწყობას და გარკვეულ შემთხვევებში, რადიოს გადართვის ან გათიშვის საფუძველიც ხდება;
- რადიოს ხელმისაწვდომობის ტექნიკურ მხარეს
- რადიომაუწყებლობის პოპულარიზაციის მნიშვნელობას

ძირითადი მიგნებები

რადიომაუწყებლობის არსებული მდგომარეობისა და საჭიროებების შეფასება

რადიოს ხელმისაწვდომობის ტექნიკური მხარე

რესპონდენტების უმრავლესობა აღნიშნავს, რომ საჭიროა რადიო კიდევ უფრო მობილური და მოქნილი გახდეს, რაც მობილური აპლიკაციების ხელმისაწვდომობით გამოიხატება. მსმენელები ასევე აღნიშნავენ, რომ ტელეფონში უსადენო ყურსასმენით რადიოს მოსმენა შეუძლებელია, რაც დამატებითი დისკომფორტის წყაროა;

რადიომაუწყებლობის კიდევ ერთ სისუსტედ დასახელდა ის, რომ არ იძლევა გადახვევის შესაძლებლობას და არ აქვს გადაცემების ძეგნის მოქნილი მექანიზმი:

რადიომაუწყებლობის პოპულარიზაციის მნიშვნელობა

რესპონდენტების აზრით, მეტი აქტიურობაა საჭირო რადიოს პოპულარიზაციის კუთხით. მათი შეფასებით, გადაცემების შინაარსისა და ფორმატის გამრავალფეროვნებასთან ერთად, რადიოს პოპულარიზაციისთვის სხვადასხვა აქტივობის განხორციელებაა შესაძლებელი, მაგალითად, სხვადასხვა თაობის წარმომადგენელთა ჩართვა, სოციალურ ქსელებში Live რეჟიმის გაზიარება, მობილური აპლიკაციების შექმნა;

ძირითადი მიგნებები

იდეალური რადიო

- არის მრავალფეროვანი თემატიკის
- არის სხვადასხვა ტიპის მუსიკალური ჟანრის
- არის ნაკლები პოლიტიკური გადაცემებით
- იჭერს ყველგან და დაჭერის ხარისხი არ იცვლება ადგილმდებარეობის ცვლილებასთან ერთად
- მოიცავს ანალიტიკურ გადაცემებს
- არის ინტერაქციული (უფროსი ასაკის მონაწილეთა შეფასებით)
- დაკომპლექტებულია ენერგიული წამყვანებით
- ბადე მიყვება ადამიანის სამუშაო განრიგს
- არის მარტივად მოსახმარი ნებისმიერი რადიომოწყობილობის საშუალებით, განსაკუთრებით კი მობილურით და ავტოსატრანსპორტო საშუალების მიმღებით
- აქვს საკუთარი აპლიკაცია და ვებ-გვერდი, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია მისი მოსმენა
- აქვს გადაცემების ძებნისა და გადახვევის შესაძლებლობა

რაოდენობრივი კვლევის ანგარიში

ეროვნული



ძირითადი მიგნებები

ანგარიშის ამ ნაწილში წარმოდგენილია რაოდენობრივი კვლევის შედეგები ქვეყნისა და სამაუწყებლო ზონების მასშტაბით.

რესპონდენტები, რომლებიც იშვიათად ან საერთოდ არ უსმენენ რადიოს, აღნიშნავენ, რომ რადიოსთან შედარებით უპირატესობას ანიჭებენ სხვა მედია საშუალებებს (52%), ასევე, მათ საცხოვრებელ არეალში რადიო არხების მცირე არჩევანი (2%) და დაჭერის ცუდი ხარისხია (11%). რესპონდენტების ნაწილისთვის არ არის საინტერესო გადაცემების ფორმატი (3%) და თემატიკა (7%).

რესპონდენტების ძირითადი ნაწილი აღნიშნავს, რომ გადაადგილების ძირითად საშუალებად იყენებს საკუთარ ავტომობილს ან ავტობუსს/სამარშუტო ტაქს. რესპონდენტები, რომლებიც ტრანსპორტით გადაადგილდებიან, დღეში საშუალოდ 15 წუთიდან 1.5 საათს უთმობენ მგზავრობას. რესპონდენტების 12%, რადიოს შერჩევის ძირითადი კრიტერიუმების ნაწილში აღნიშნავს, რომ რადიოს მოსმენით, მგზავრობისას დრო გაჰყავს.

ძირითადი მიგნებები

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ რადიოს მოსმენის პიკი განსხვავებულია სამუშაო და დასვენების დღეების ჭრილში. სამუშაო დღეებში, ორშაბათიდან პარასკევამდე, რადიოს მოსმენის პიკი დგება დილის 9-დან 10 საათამდე, ხოლო შაბათ-კვირას 12-დან 15 საათამდე.



რესპონდენტების აზრით, რადიო სივრცეში ყველაზე მეტად არის ისეთი გადაცემების ნაკლებობა, რომლებიც შეეხება ხელოვნებას (19%), მეცნიერებას (14%), თანამედროვე ტექნოლოგიებს (14%), მედიცინას (13%) და ა.შ.

ძირითადი მიგნებები

კვლევაში მონაწილე რესპონდენტების უმრავლესობა (46%) აღნიშნავდა, რომ რადიოს ძირითადად იყენებს მუსიკის მოსასმენად. მუსიკის ჟანრებს შორის ყველაზე მოთხოვნადია ქართული ესტრადა (48%), პოპ-მუსიკა (12%), ხოლო, რესპონდენტების 33%-ისთვის მუსიკის ჟანრს მნიშვნელობა არ აქვს.

გარდა მუსიკისა, რესპონდენტების ნაწილისთვის (33%) რადიო არის ახალი ამბების მიღების წყარო, 12%-ისთვის კი მგზავრობის პროცესში დროის გაყვანის საშუალება.

21

გამოკითხული რესპონდენტების 55%-ის აზრით, რადიო სივრცეში სპეციალიზირებული რადიო სადგურების დამატების საჭიროება დგას, ხოლო 25%-ის აზრით, საერთო რადიო სადგურების. კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ სპეციალიზირებული რადიო სადგურების შემთხვევაში ყველაზე მოთხოვნადი თემატიკაა მუსიკა (15%), მედიცინა (14%), იუმორისტულ-გასართობი გადაცემები (11%) და ა.შ. საერთო რადიო სადგურების შემთხვევაში, რესპონდენტების უმრავლესობას მიაჩნია, რომ მათი მაუწყებლობა უნდა ვრცელდებოდეს მთლიანი ქვეყნის მასშტაბით.

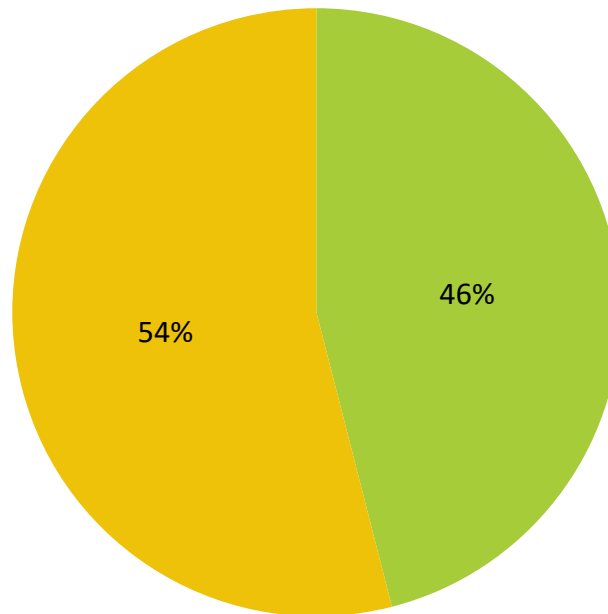
რაოდენობრივი კვლევის გრაფიკული ანგარიში

ეროვნული



რაოდენობრივი (ეროვნული) დემოგრაფიული მაჩვენებლები

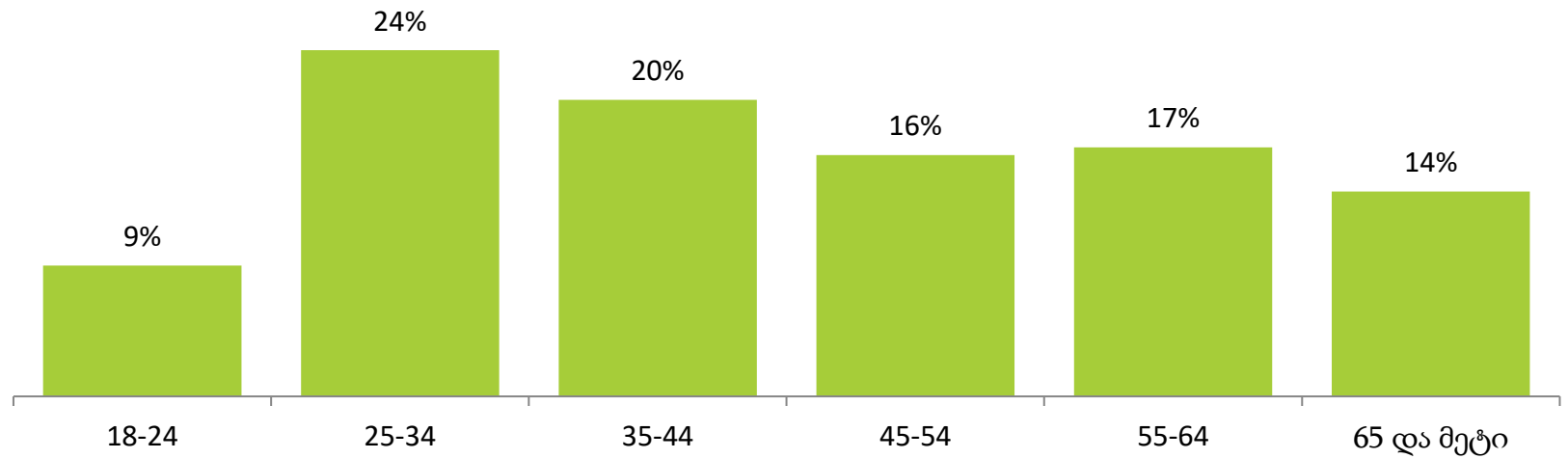
სქესი



■ მამრობითი ■ მდედრობითი

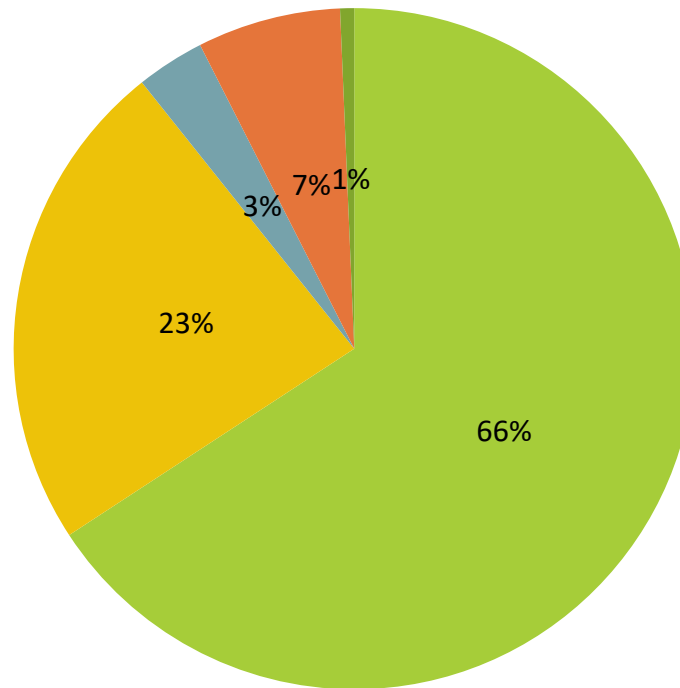
რაოდენობრივი (ეროვნული) დემოგრაფიული მაჩვენებლები

ასაკი



რაოდენობრივი (ეროვნული) დემოგრაფიული მაჩვენებლები

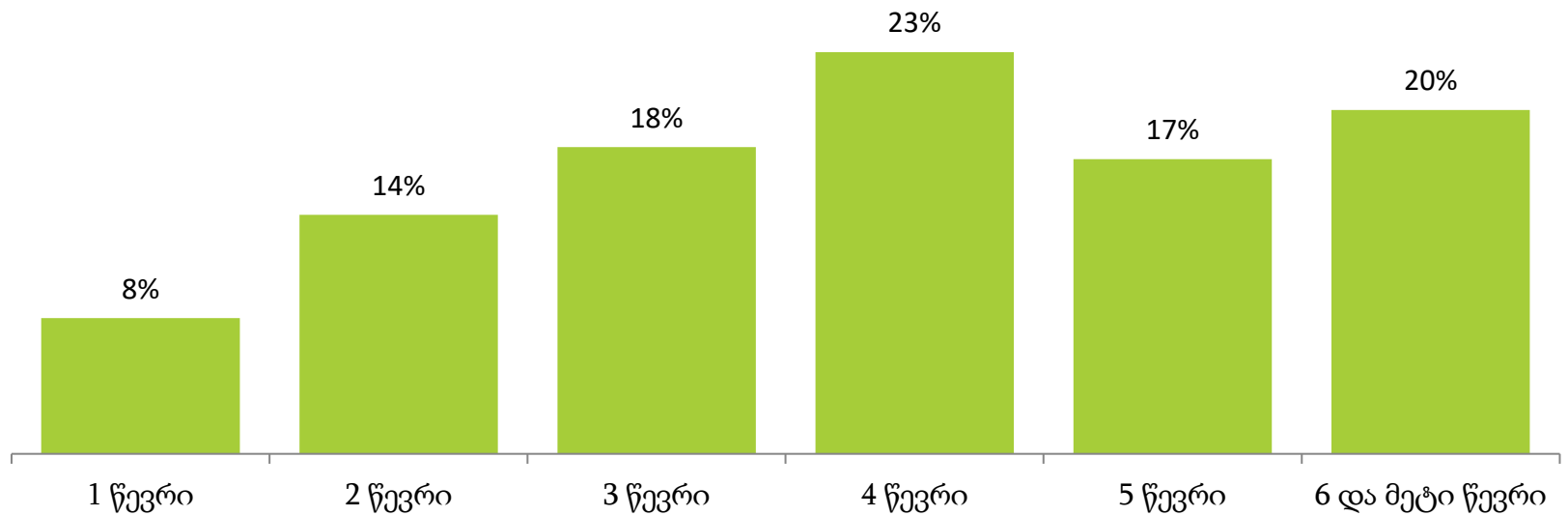
ოჯახური მდგომარეობა



■ დაქორწინებული ■ დასაქორწინებელი ■ განქორწინებული ■ ქვრივი ■ არ გვიპასუხა

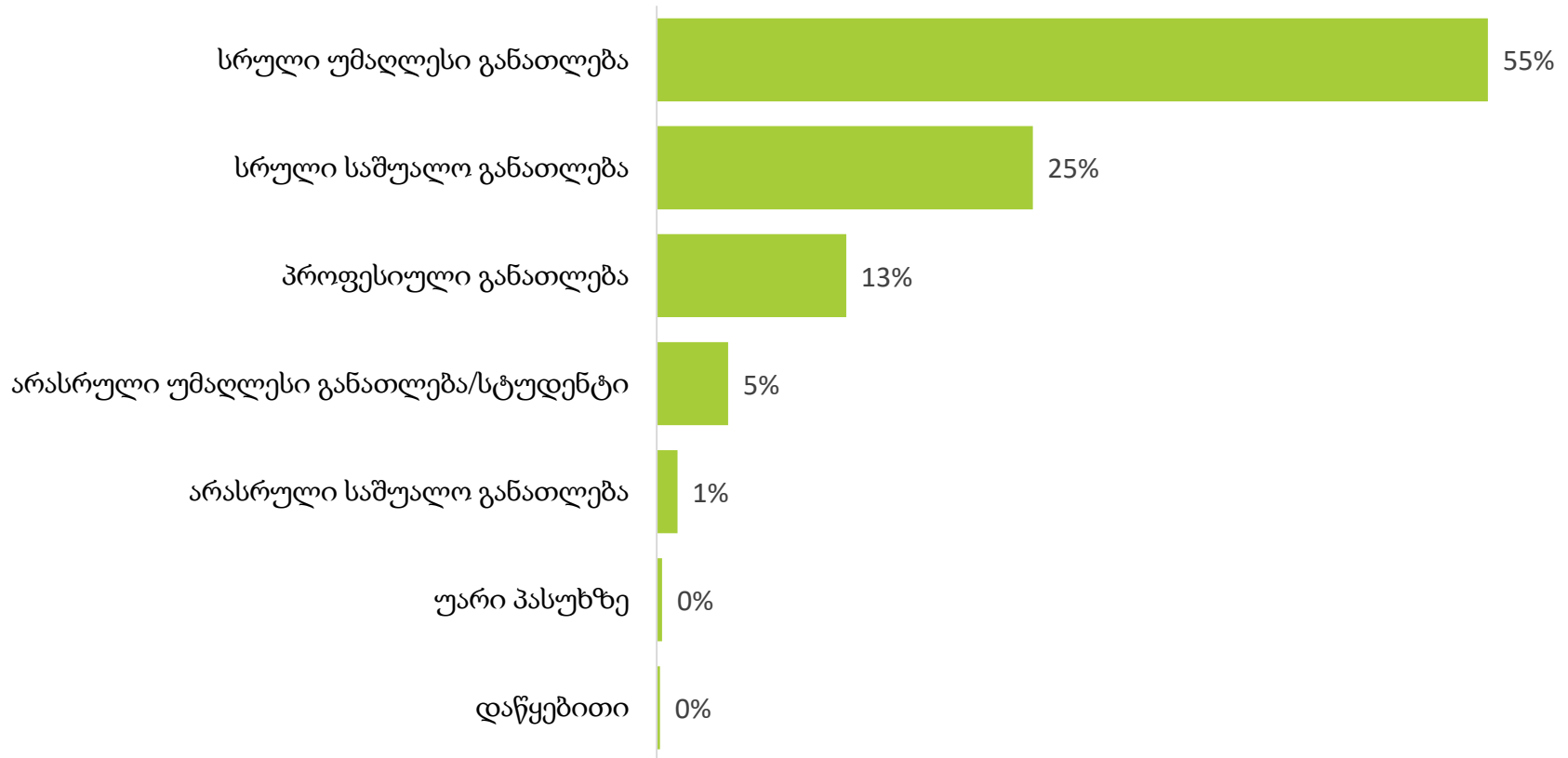
რაოდენობრივი (ეროვნული) დემოგრაფიული მაჩვენებლები

ოჯახის წევრების რაოდენობა



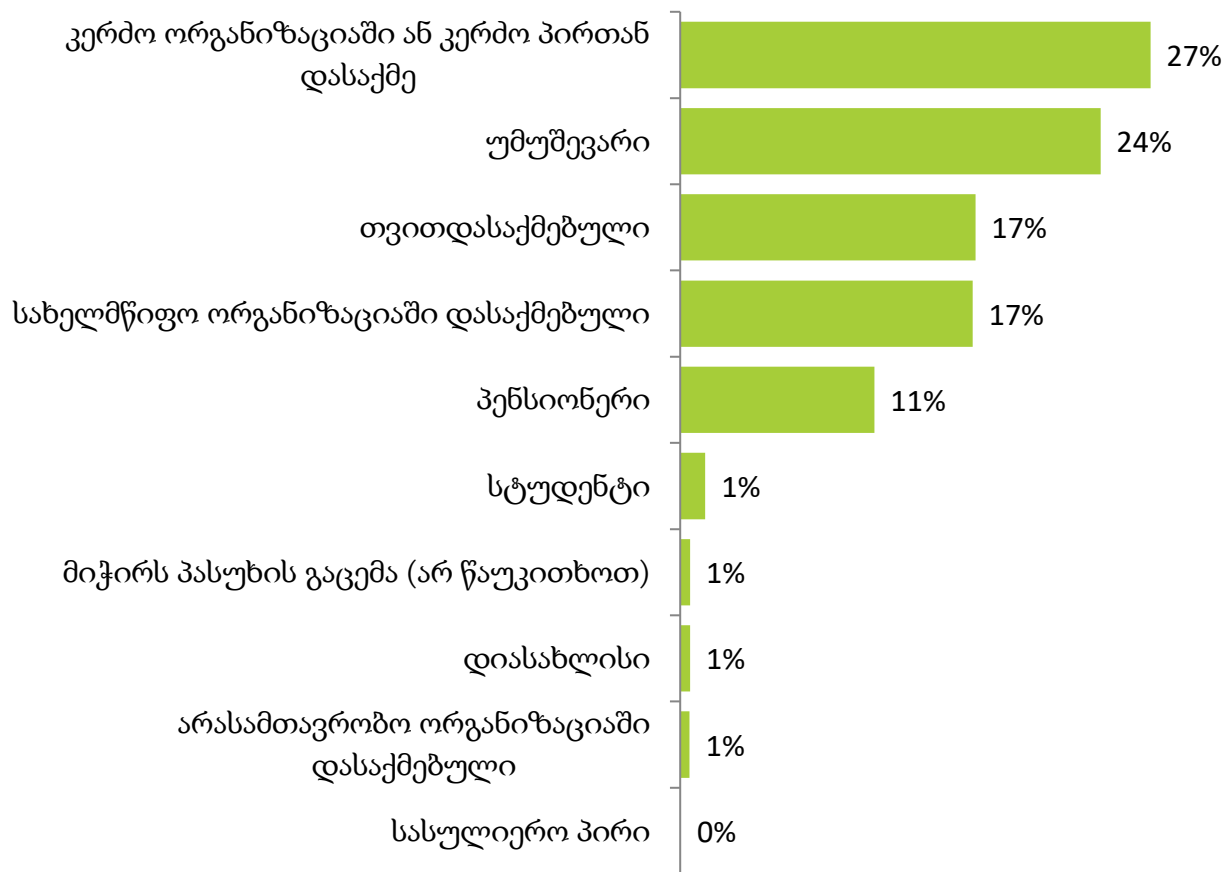
რაოდენობრივი (ეროვნული) დემოგრაფიული მაჩვენებლები

განათლება



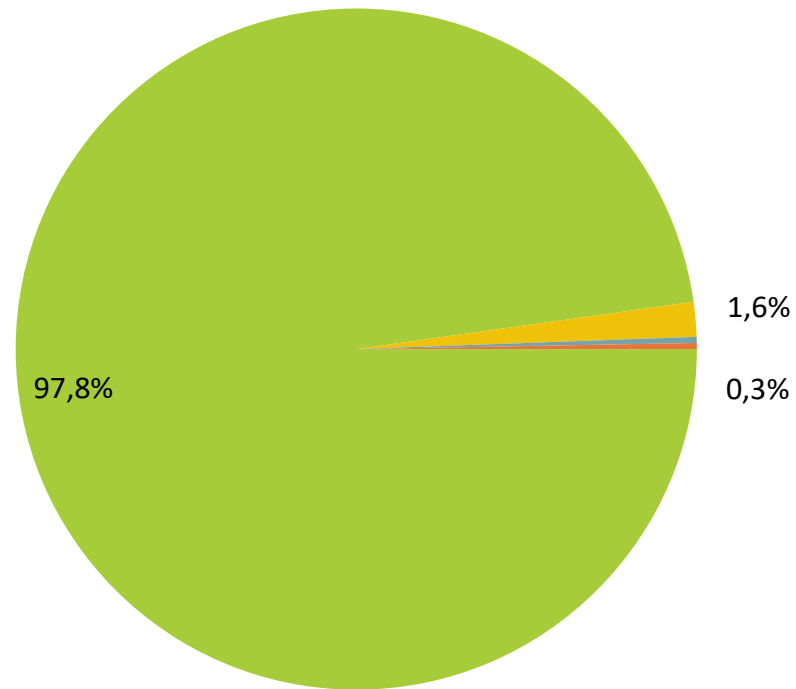
რაოდენობრივი (ეროვნული) დემოგრაფიული მაჩვენებლები

საქმიანობა



რაოდენობრივი (ეროვნული) დემოგრაფიული მაჩვენებლები

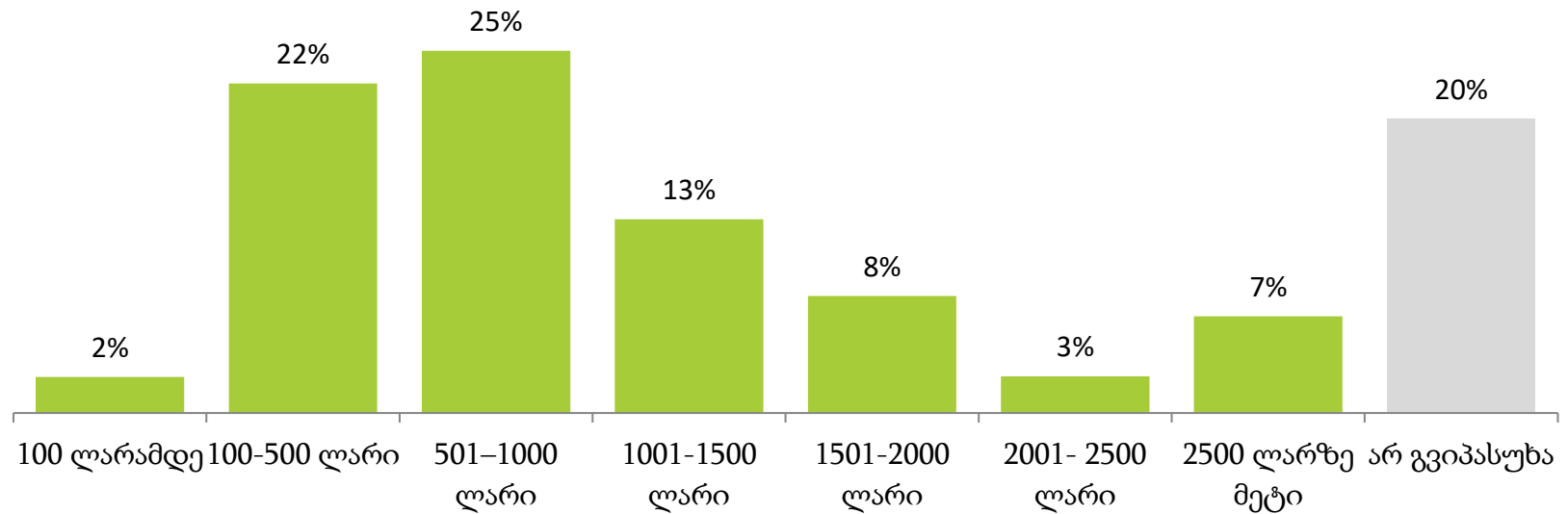
ძირითადი სასაუბრო ენა



■ ქართული ■ რუსული ■ აზერბაიჯანული ■ სომხური

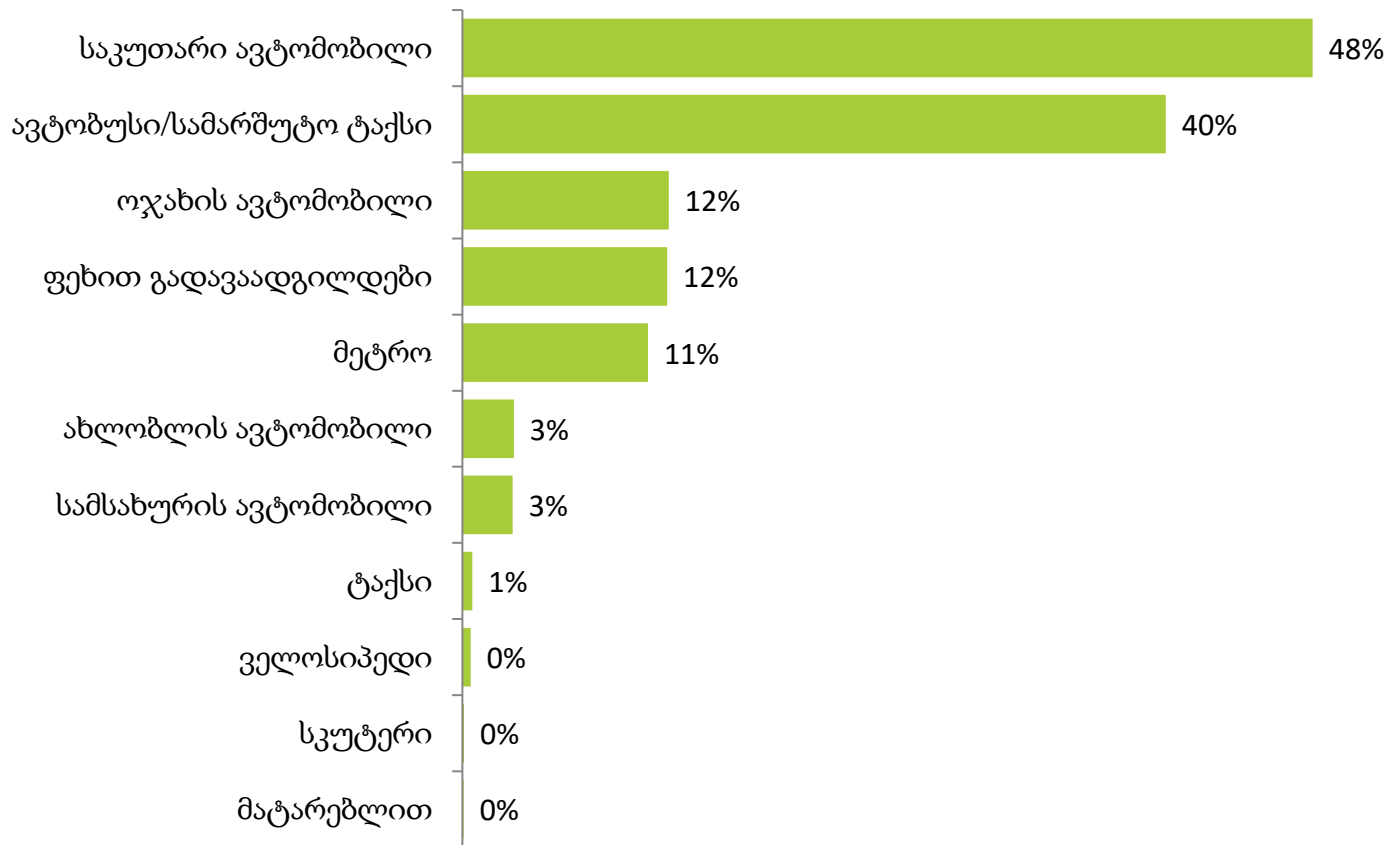
რაოდენობრივი (ეროვნული)

ოჯახის საშუალო დანახარჯი ლარში



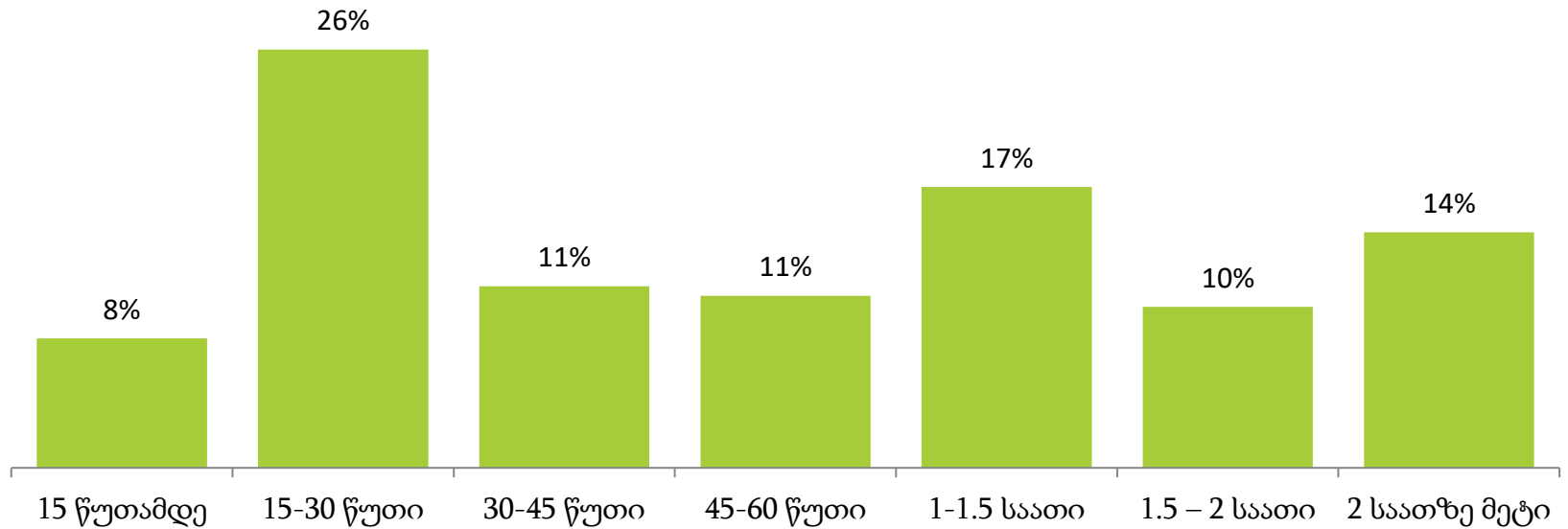
რაოდენობრივი (ეროვნული)

გადაადგილების ძირითადი საშუალება



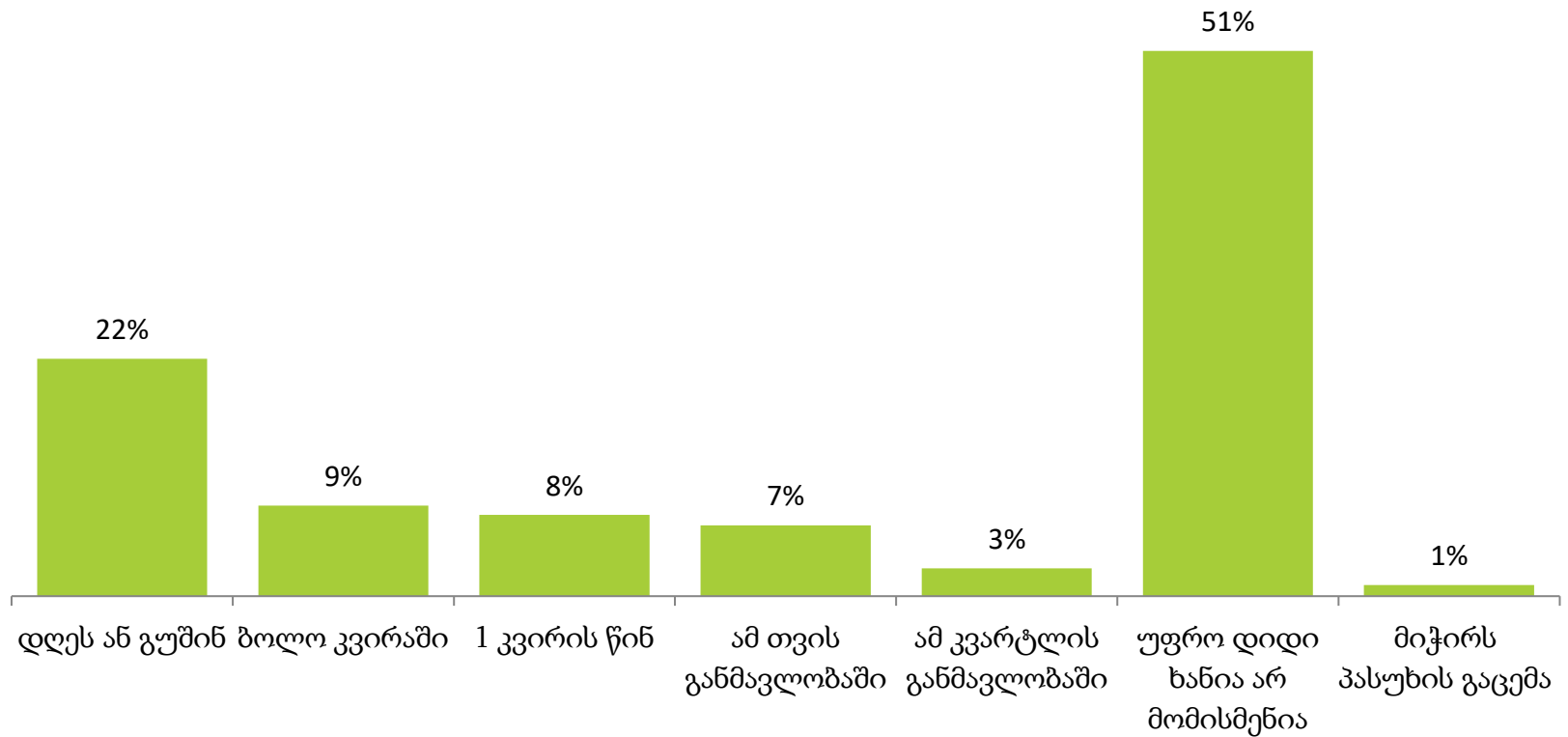
რაოდენობრივი (ეროვნული)

ტრანსპორტში დახარჯული დრო



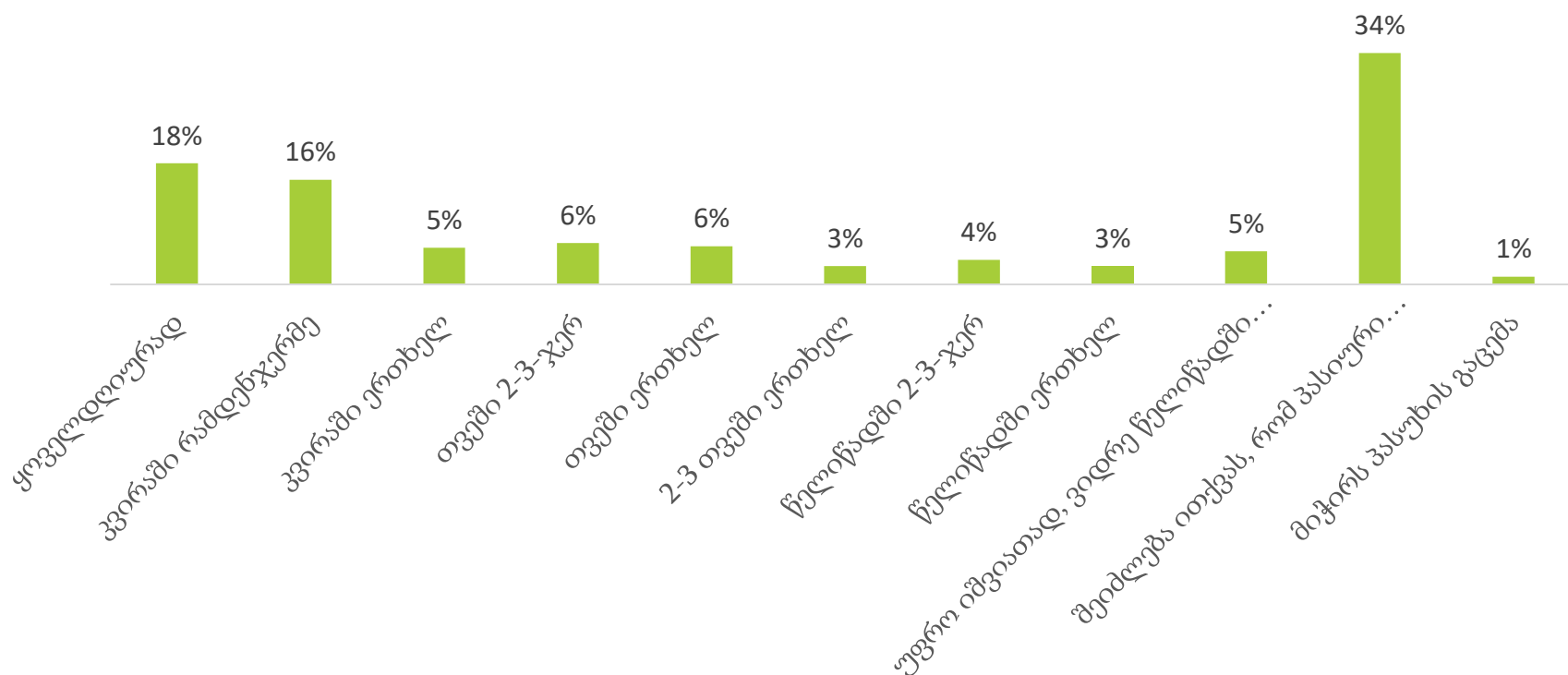
რაოდენობრივი (ეროვნული)

ბოლოს როდის მოუსმინეთ რადიოს



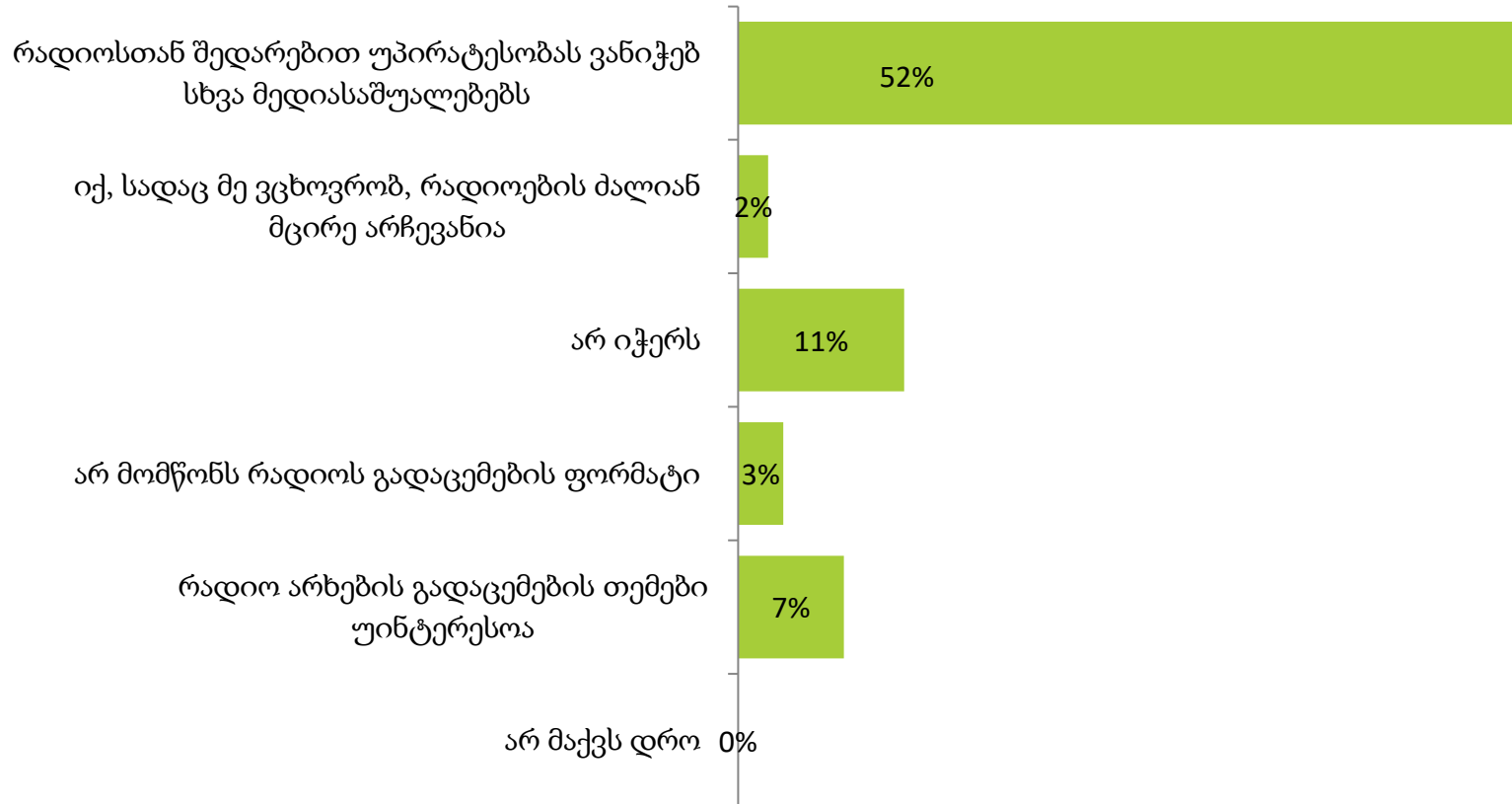
რაოდენობრივი (ეროვნული)

რადიოს მოსმენის სიხშირე საკუთარი ინიციატივით



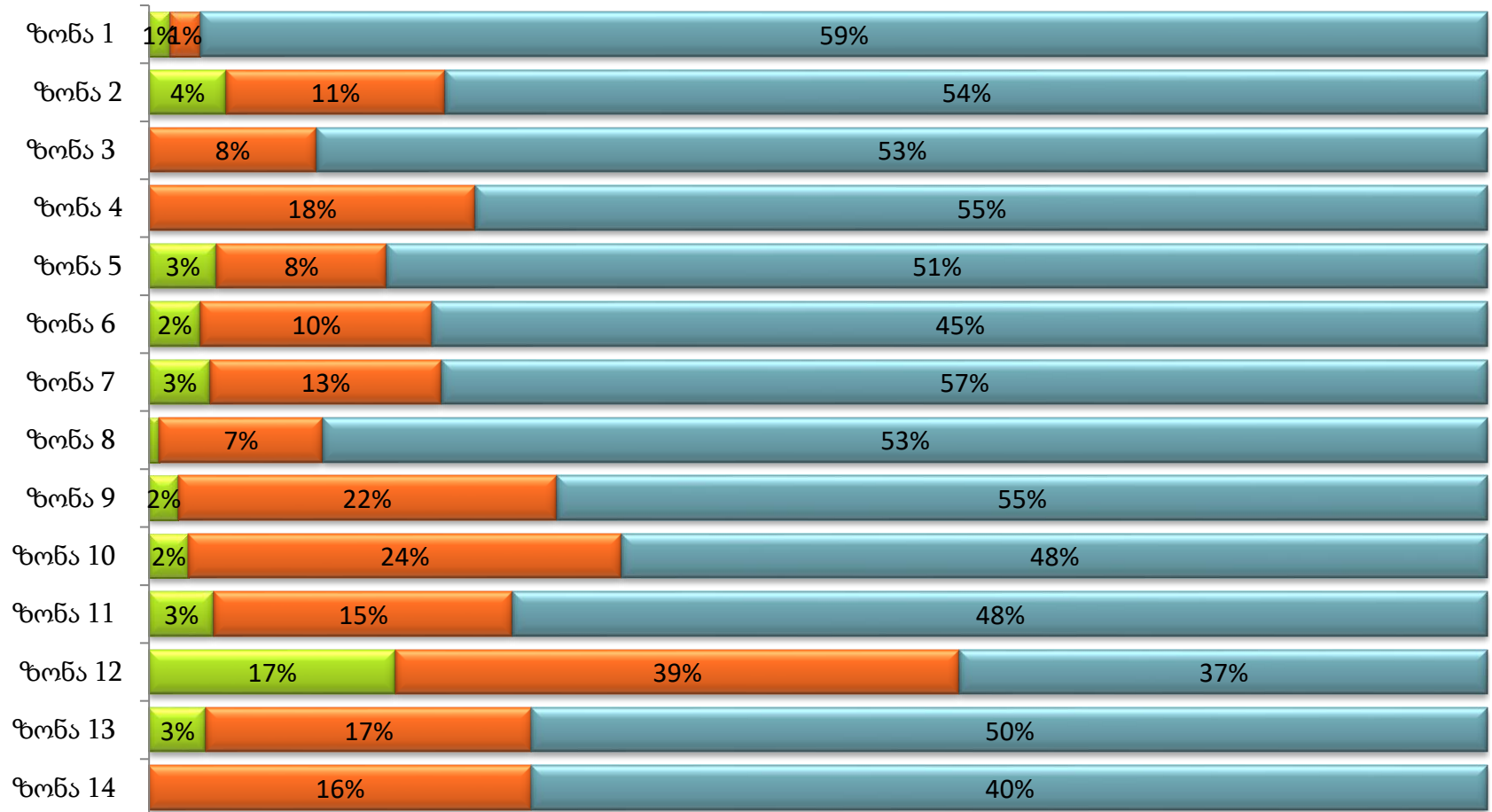
რაოდენობრივი (ეროვნული)

იშვიათად მოსმენის/არ მოსმენის ძირითადი მიზეზები



რაოდენობრივი (ზონური)

იშვიათად მოსმენის/არ მოსმენის ძირითადი მიზეზები



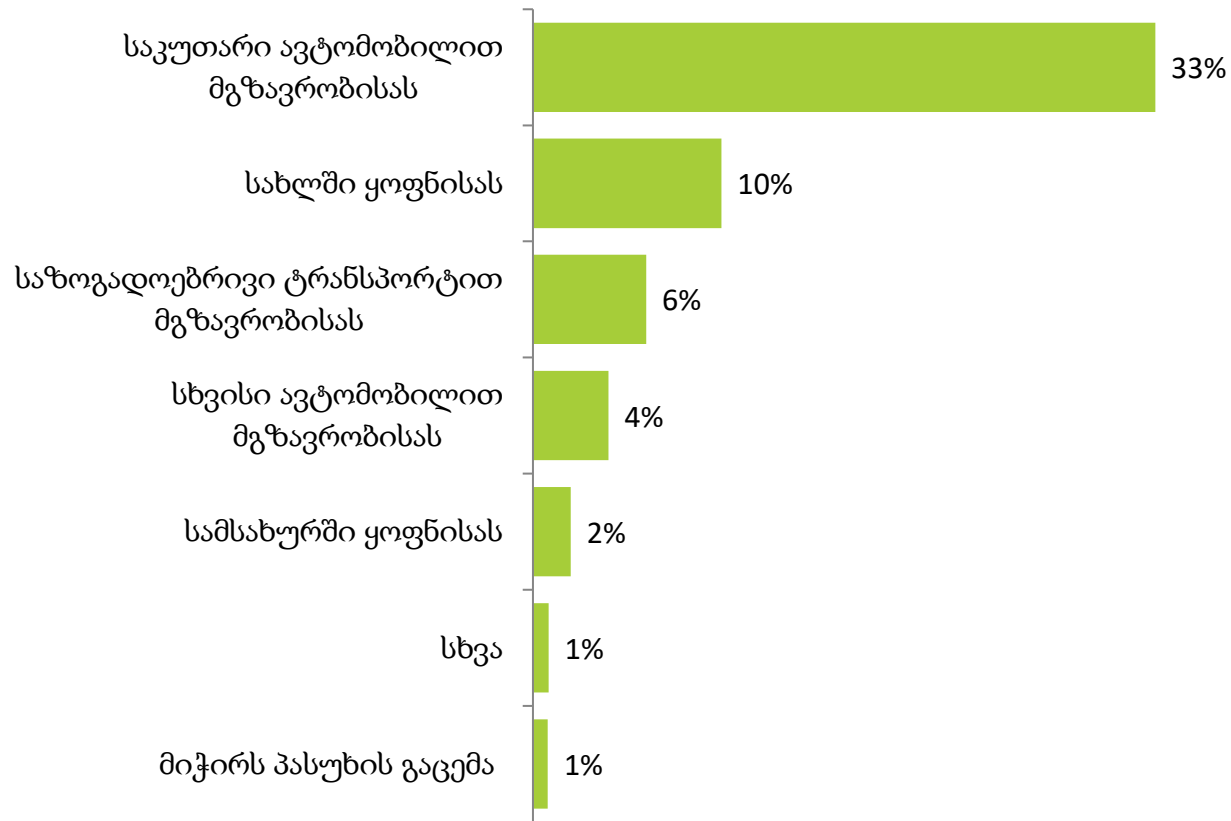
■ იქ, სადაც მე ვცხოვრობ, რადიოების ძალიან მცირე არჩევანია

■ არ იჭერს

■ რადიოსთან შედარებით უპირატესობას ვანიჭებ სხვა მედიასაშუალებებს

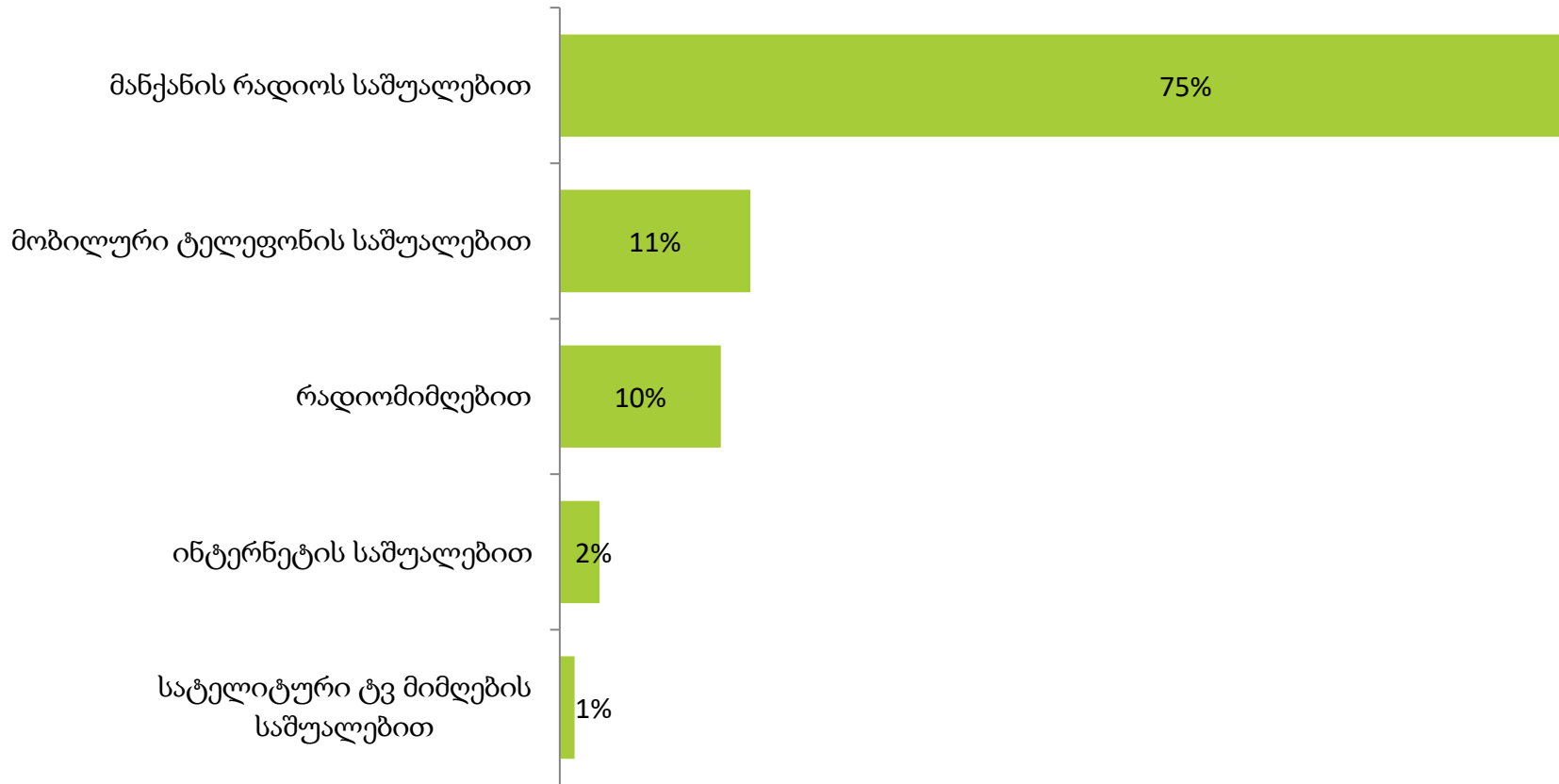
რაოდენობრივი (ეროვნული)

ძირითადად რა სიტუაციებში უსმენთ რადიოს



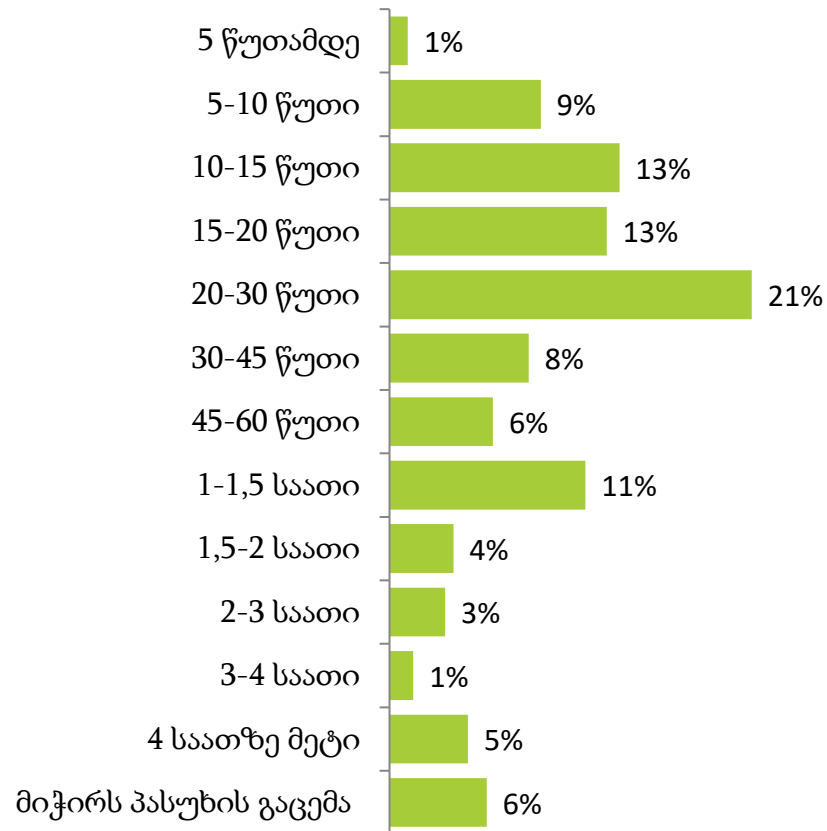
რაოდენობრივი (ეროვნული)

რა მოწყობილობით უსმენთ რადიოს



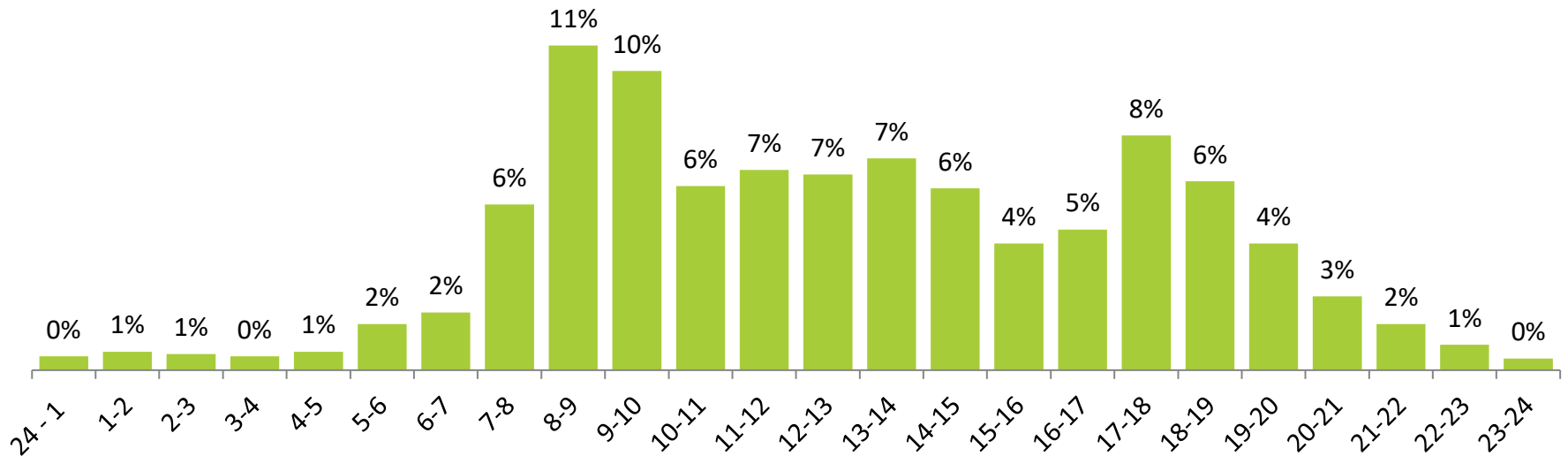
რაოდენობრივი (ეროვნული)

ძირითადად რა ხანგრძლივობით უსმენთ რადიოს 1 მოსმენის განმავლობაში



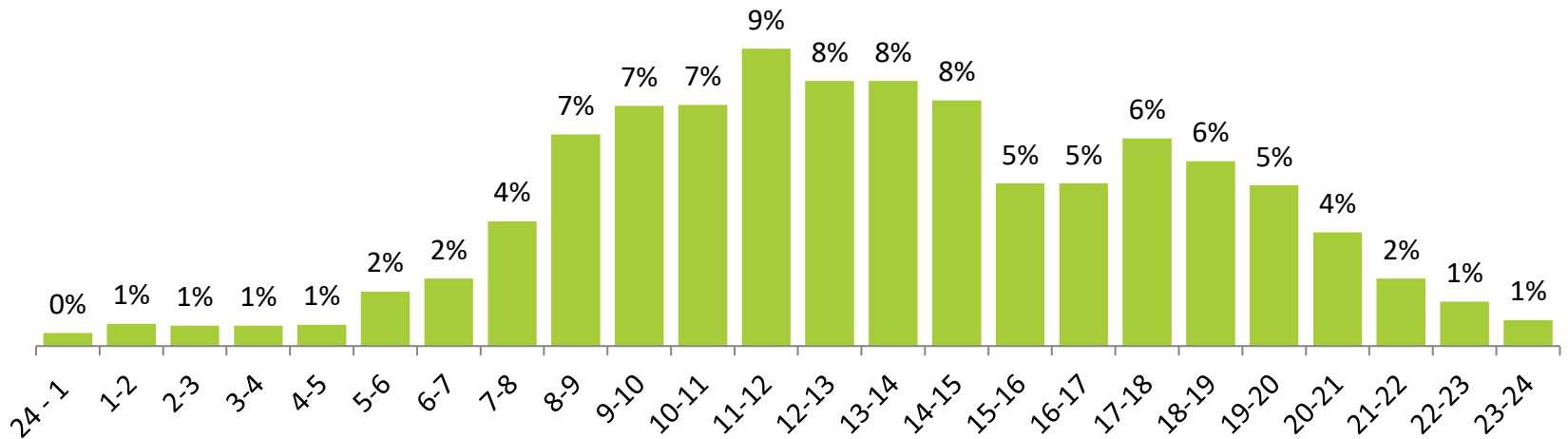
რადიენობრივი (ეროვნული)

რომელ საათებში უსმენთ რადიოს სამუშაო დღეებში



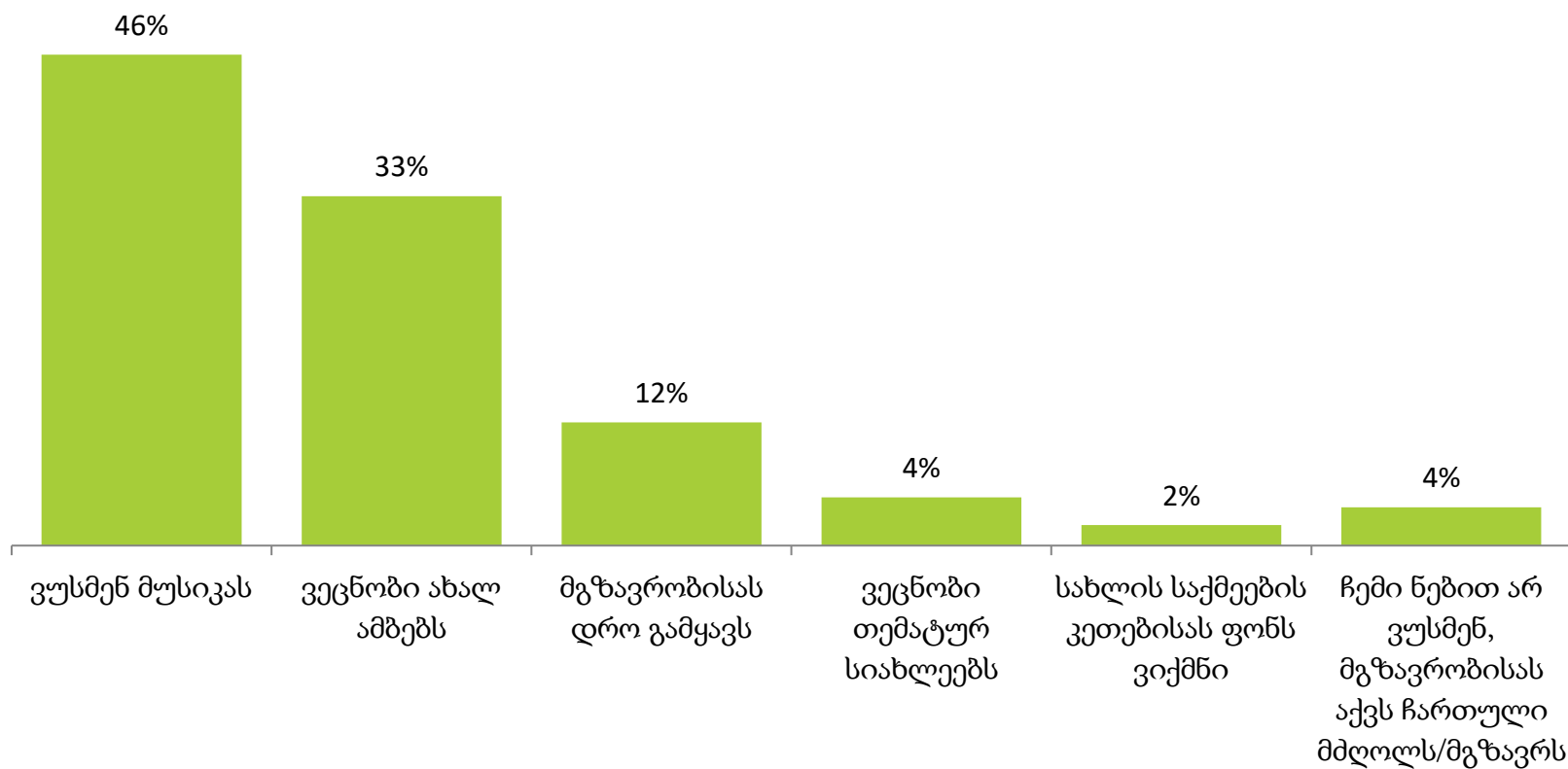
რაოდენობრივი (ეროვნული)

რომელ საათებში უსმენთ რადიოს შაბათ-კვირას



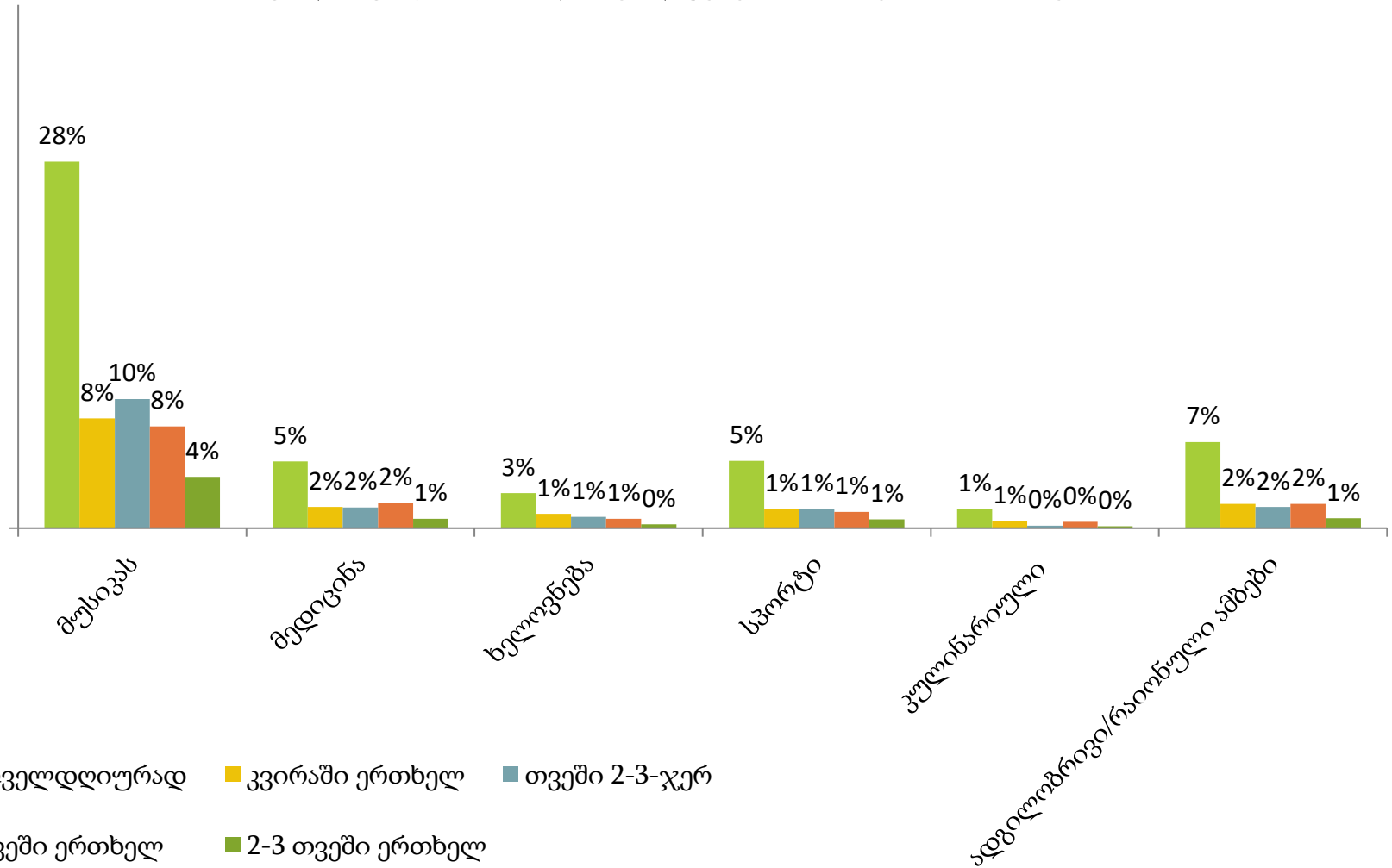
რაოდენობრივი (ეროვნული)

რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები



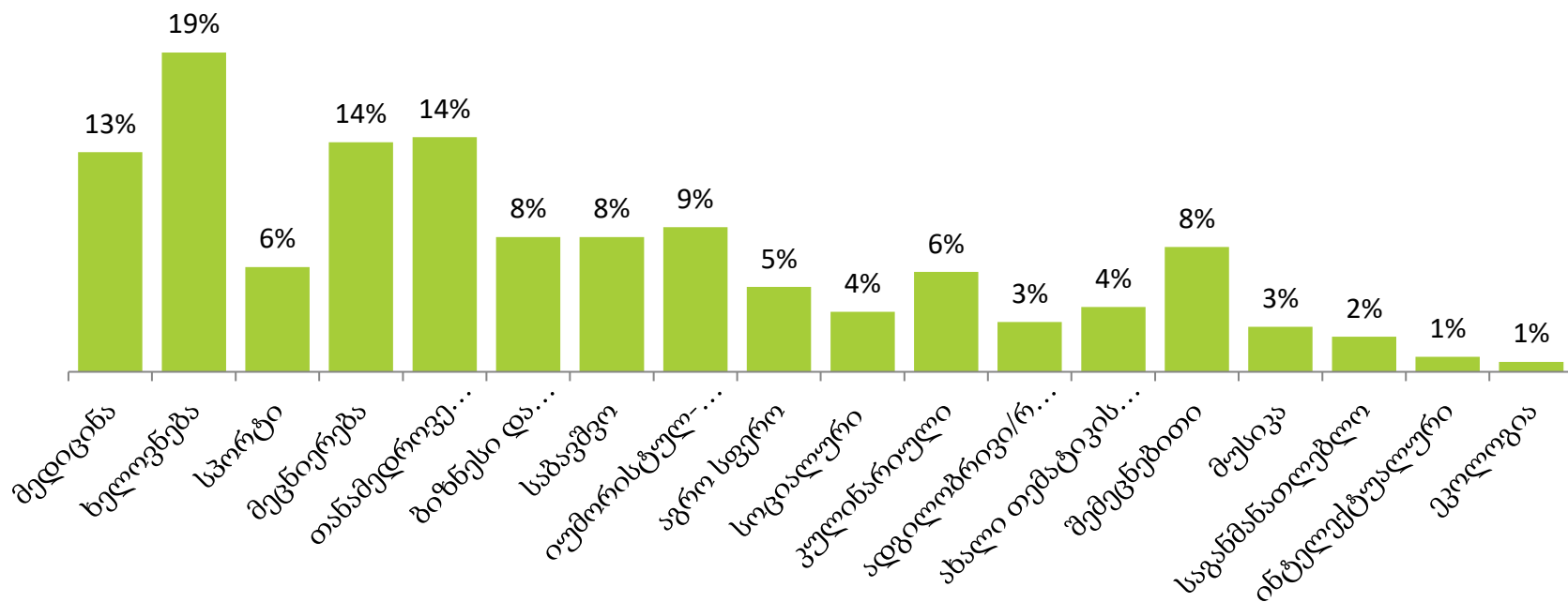
რაოდენობრივი (ეროვნული)

სხვადასხვა ტიპის რადიო გადაცემების მოსმენის სიხშირე



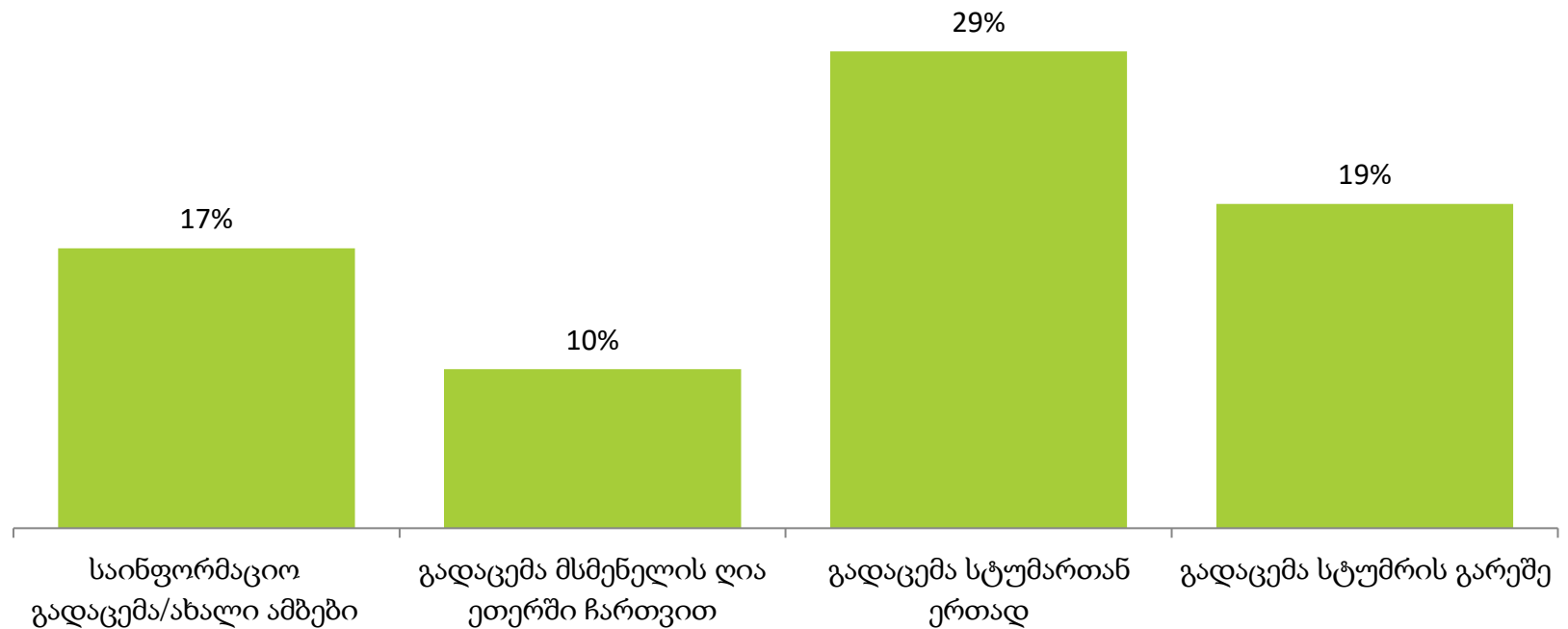
რაოდენობრივი (ეროვნული)

რა შინაარსის გადაცემების ნაკლებობაა



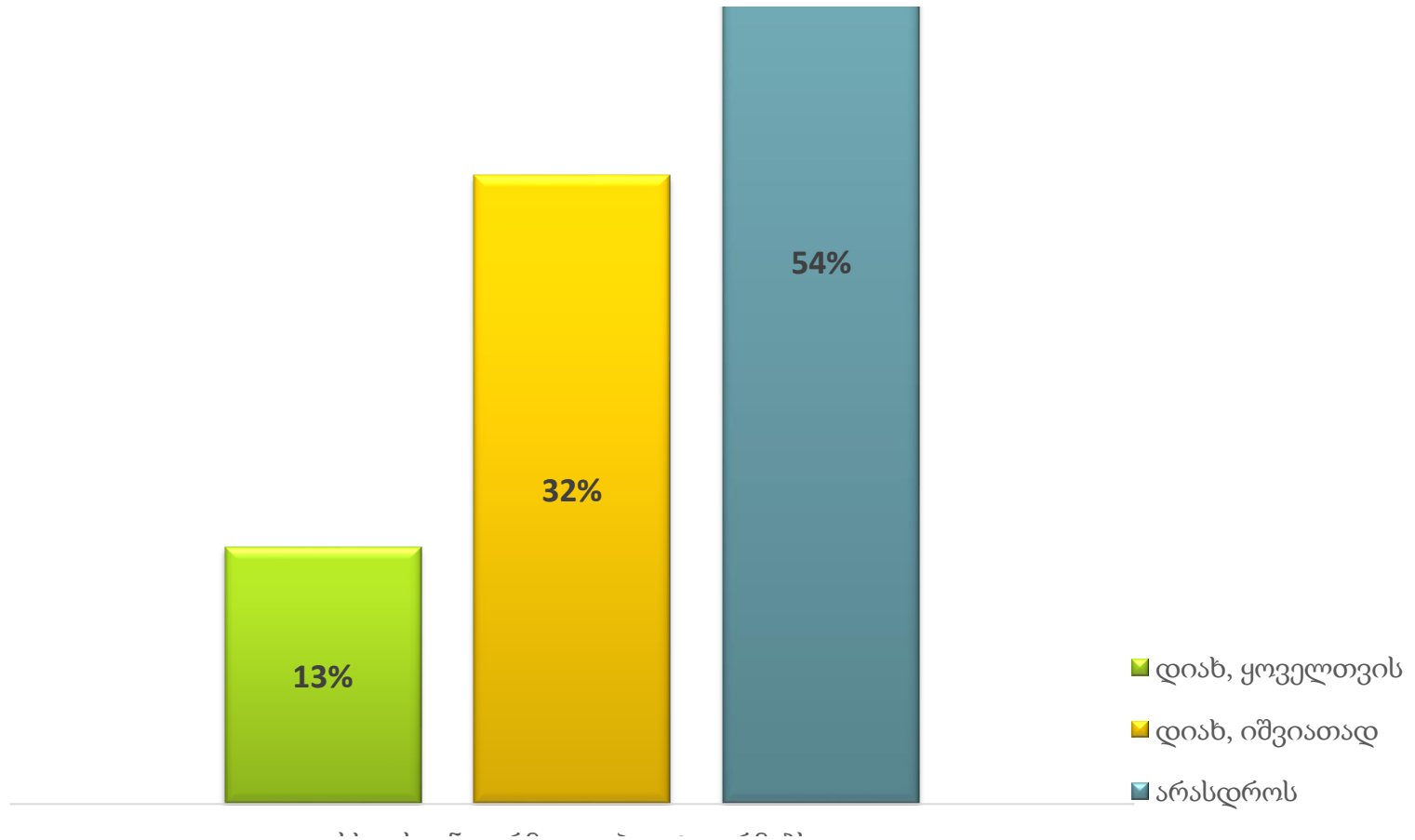
რაოდენობრივი (ეროვნული)

რა ფორმატის გადაცემების ნაკლებობაა



რაოდენობრივი (ეროვნული)

სხვა საინფორმაციო პლატფორმების გამოყენება
რადიოდან მიღებული ინფორმაციის მისაღებად



რაოდენობრივი კვლევის ანგარიში

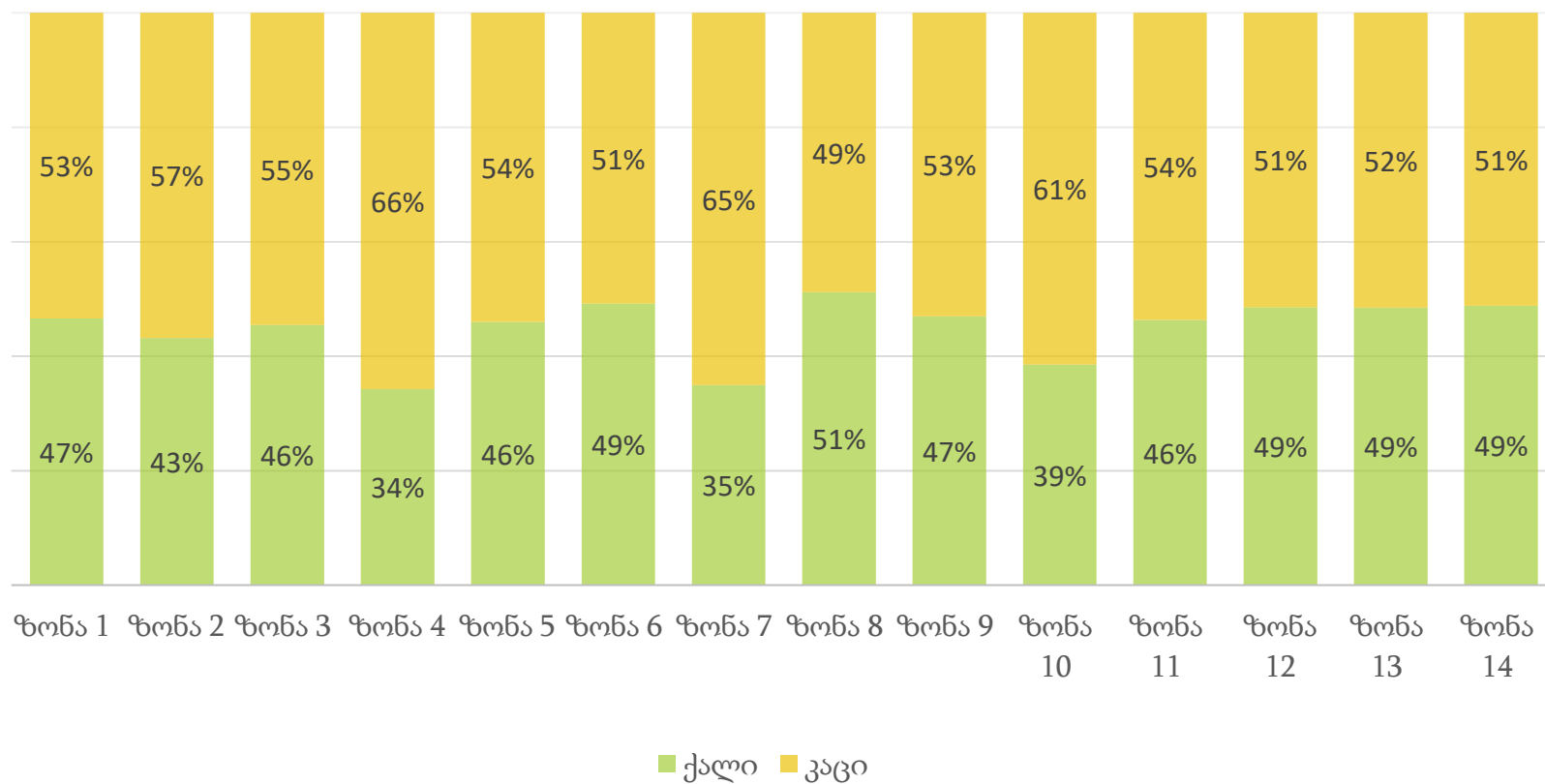
ანგარიშის შემდეგ ნაწილში წარმოდგენილია, რაოდენობრივი კვლევის გრაფიკული ანგარიში, სამაუწყებლო ზონების მიხედვით



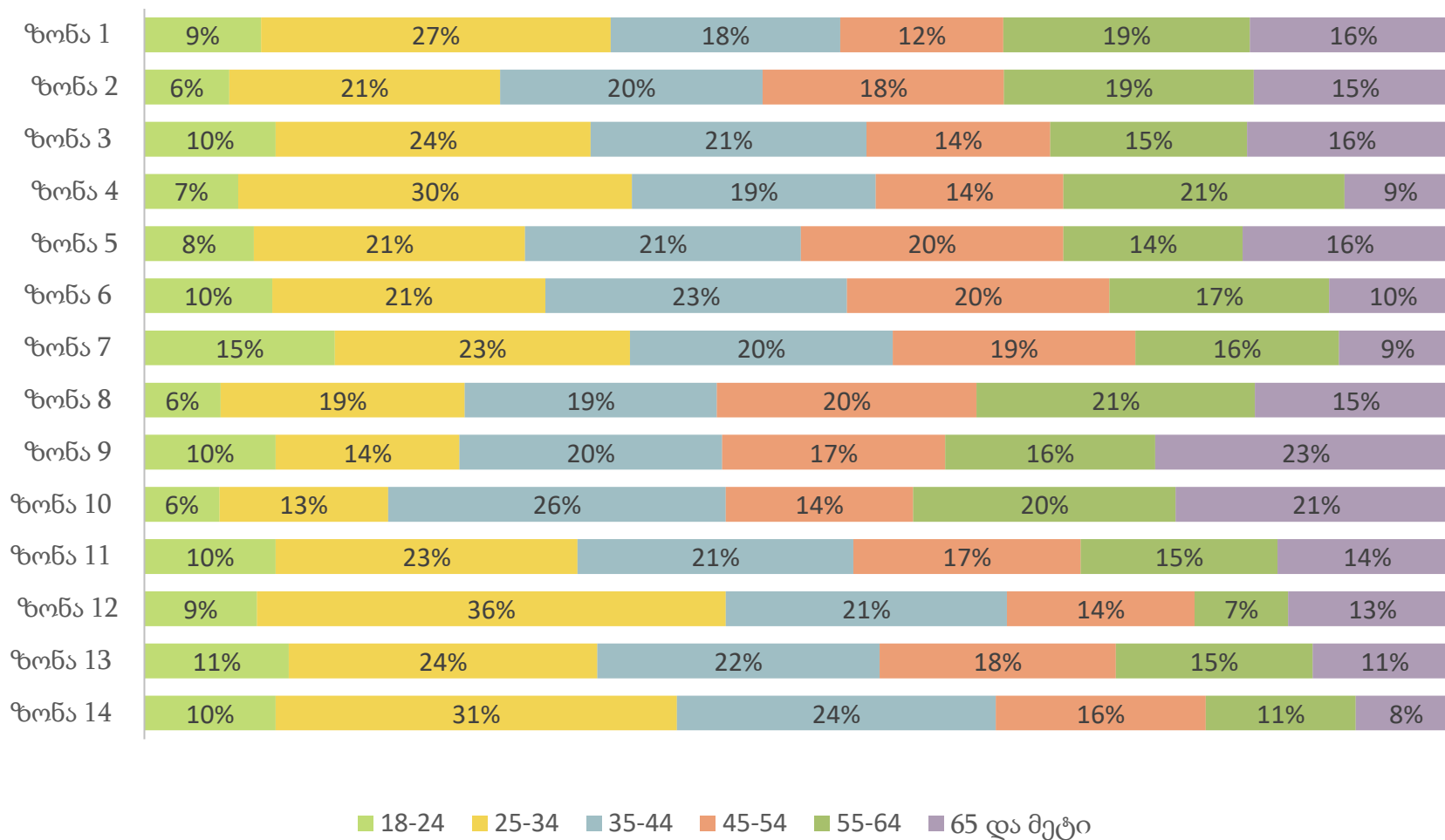
სამაუწყებლო ზონები



რაოდენობრივი (ზონური) დემოგრაფიული მაჩვენებლები - სქესი

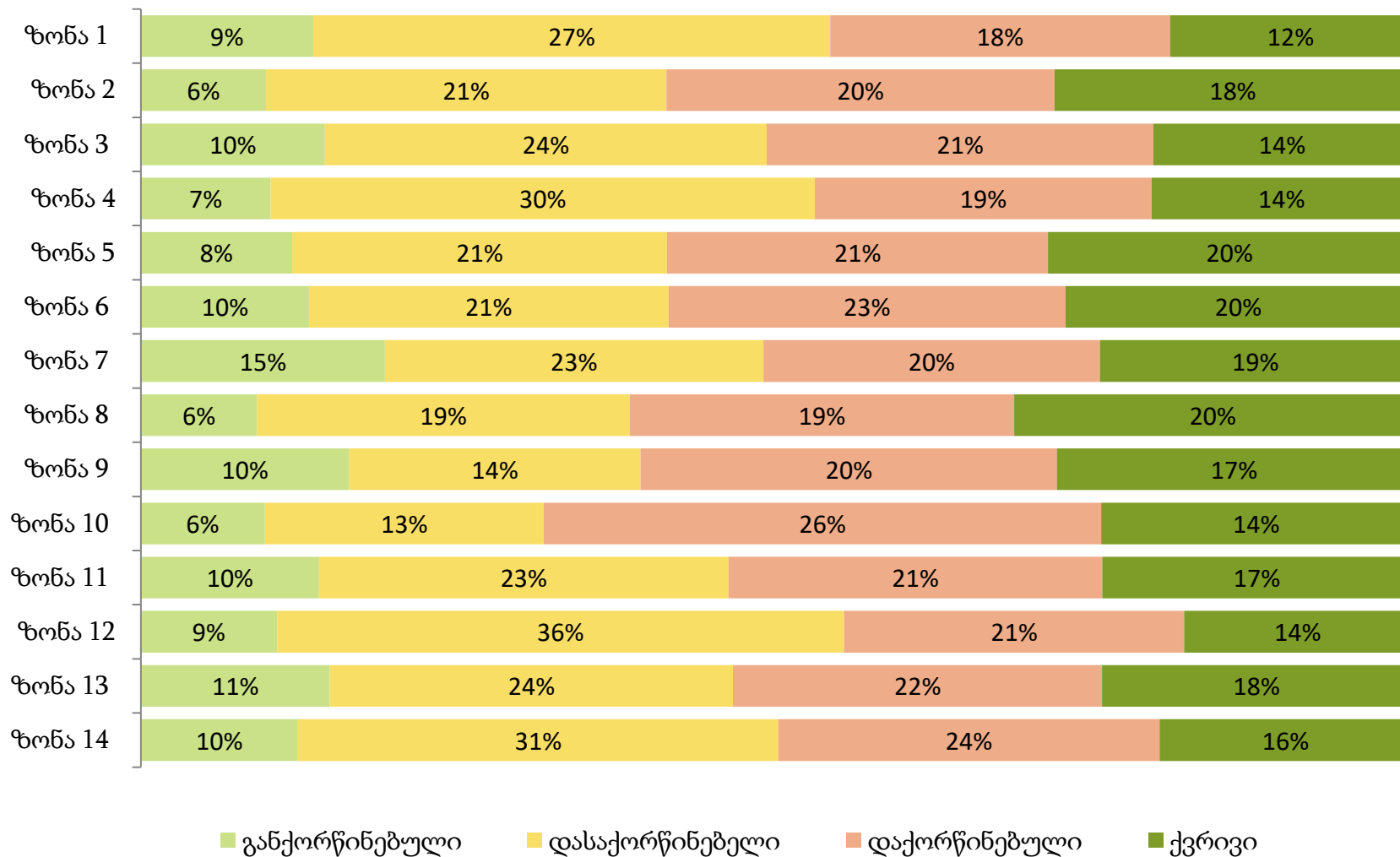


რაოდენობრივი (ზონური) დემოგრაფიული მაჩვენებლები - ასაკი

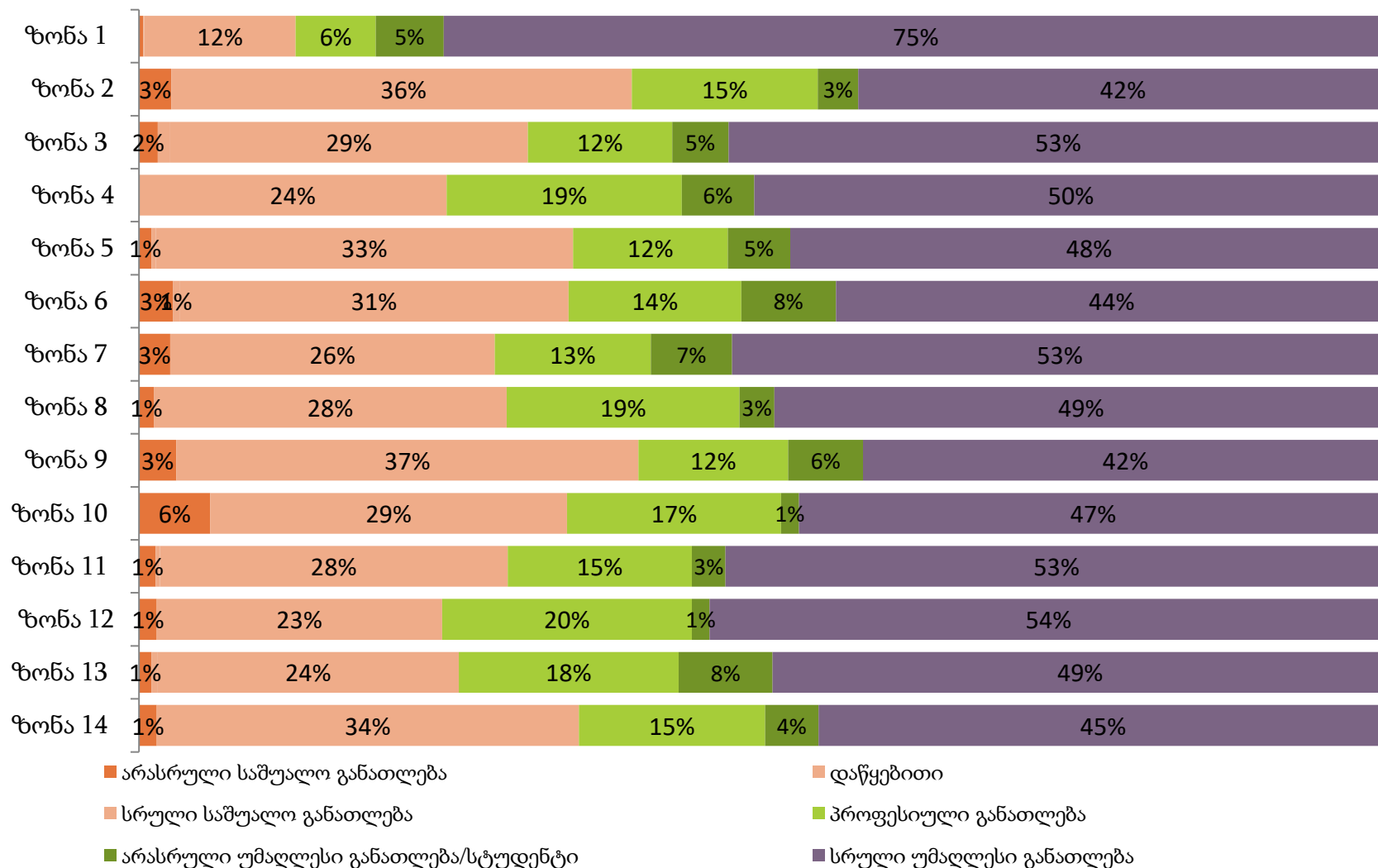


რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები - ოჯახური მდგომარეობა

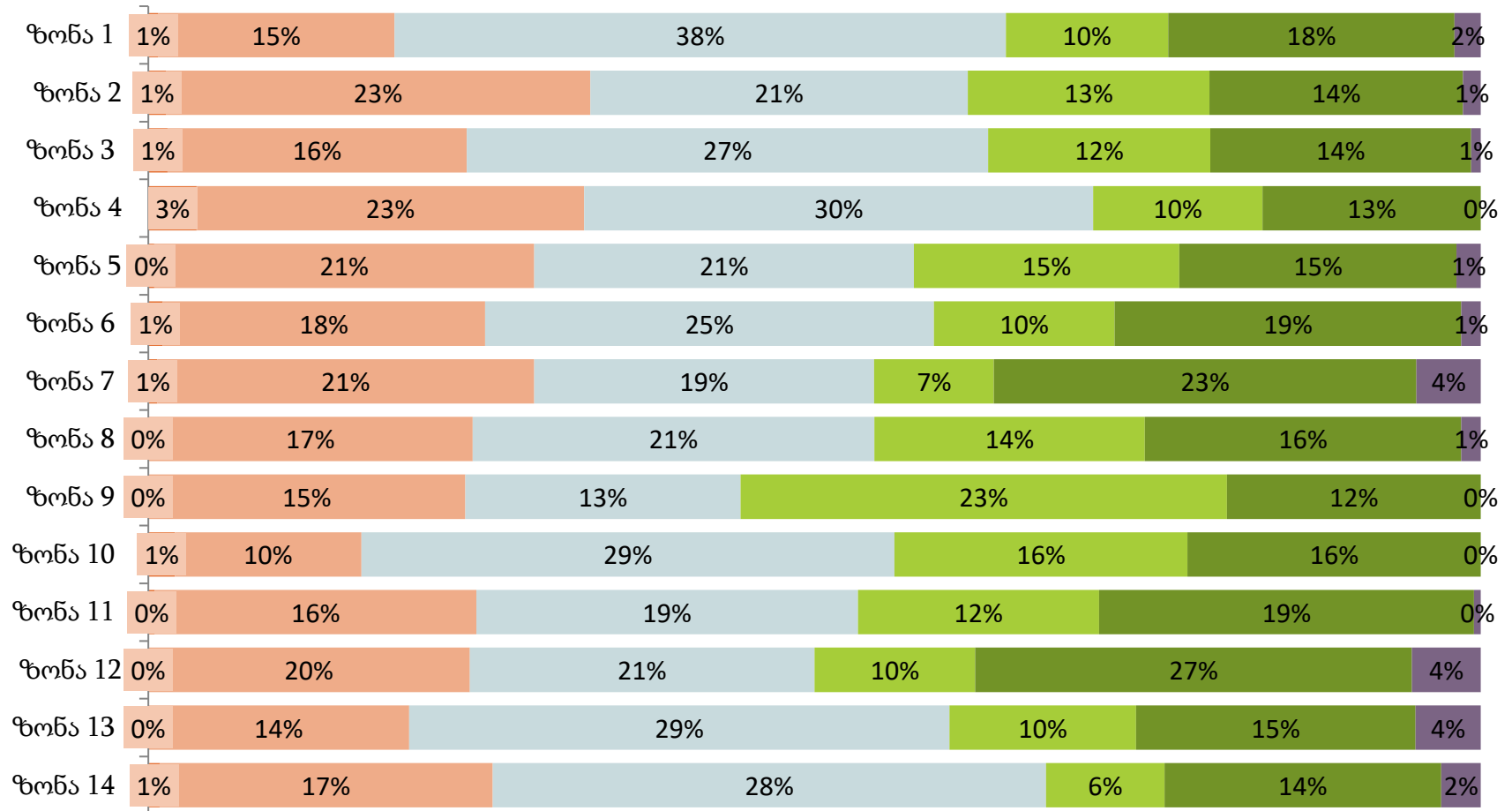


რაოდენობრივი (ზონური) დემოგრაფიული მაჩვენებლები - განათლება



რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები - დასაქმების სტატუსი

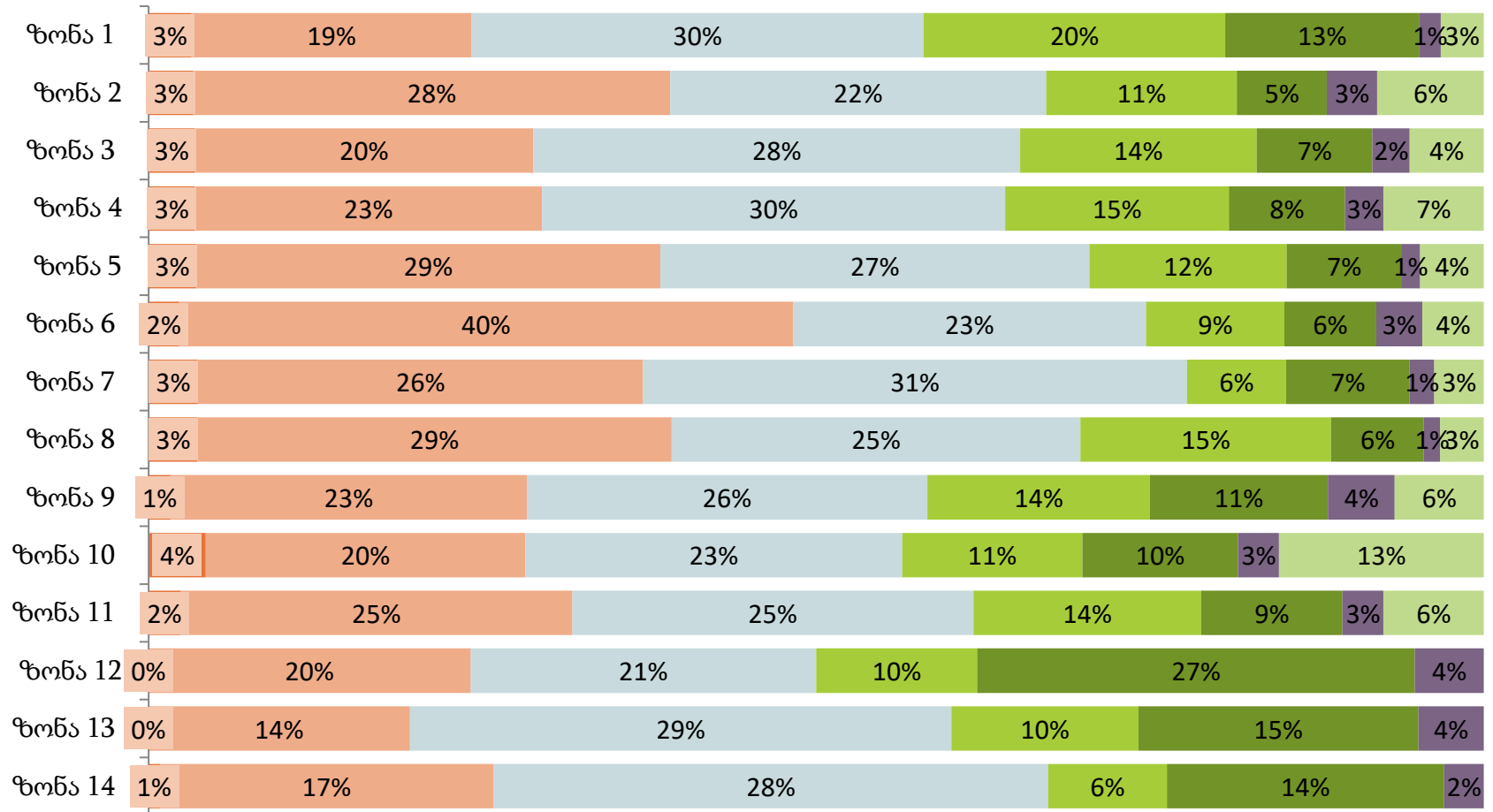


■ არასამთავრობო ორგანიზაციაში დასაქმებული
■ კერძო ორგანიზაციაში ან კერძო პირთან დასაქმე
■ სახელმწიფო ორგანიზაციაში დასაქმებული

■ თვითდასაქმებული
■ პენსიონერი
■ სტუდენტი

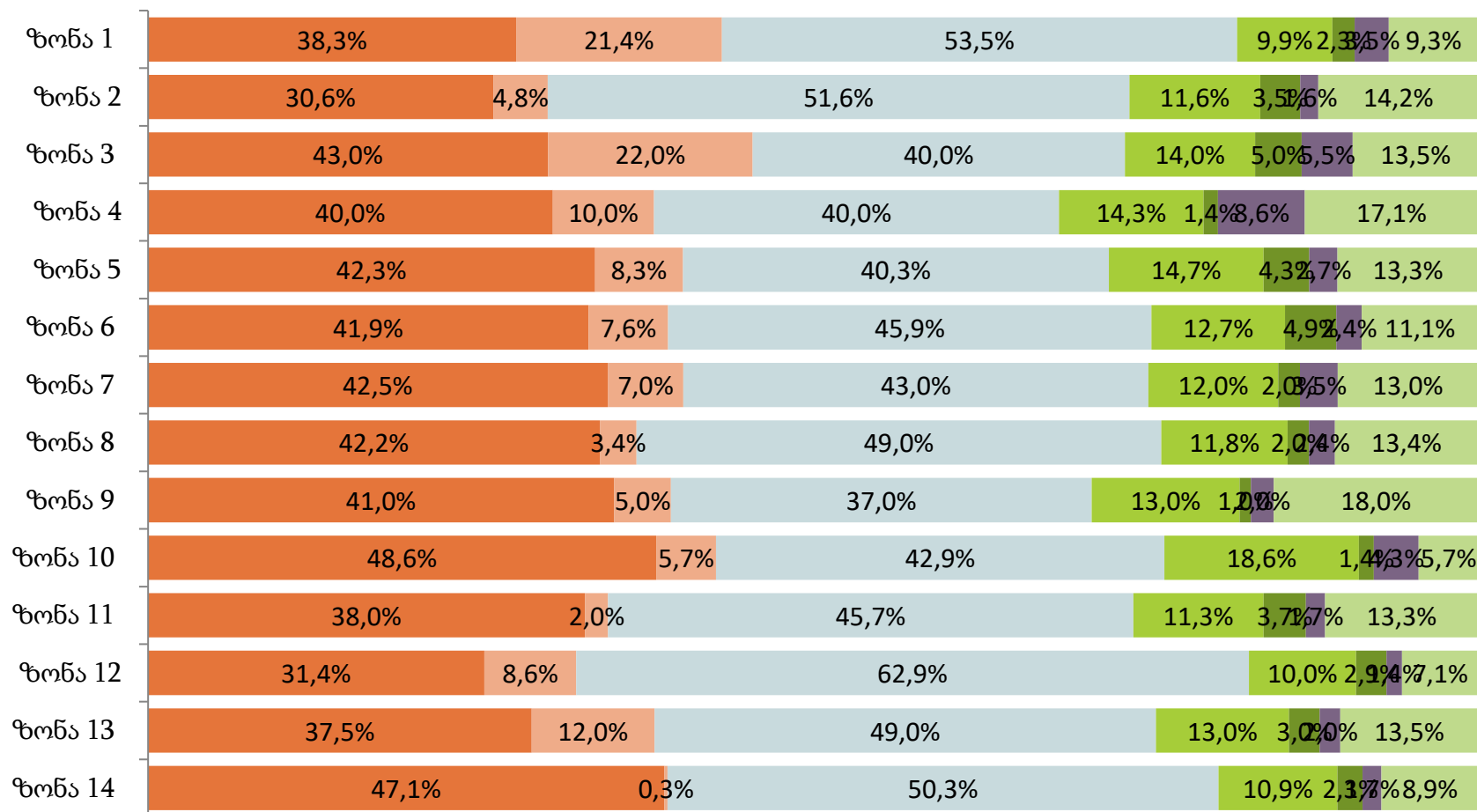
რაოდენობრივი (ზონური)

დემოგრაფიული მაჩვენებლები - ოჯახის საშუალო დანახარჯი



100 ლარამდე 100-500 ლარი 501-1000 ლარი 1001-1500 ლარი 1501-2000 ლარი 2001-2500 ლარი 2500 ლარზე მეტი

რაოდენობრივი (ზონური) ძირითადი გადაადგილების საშუალება



ავტობუსი/სამარშუტო ტაქსი

მეტრო

საკუთარი ავტომობილი

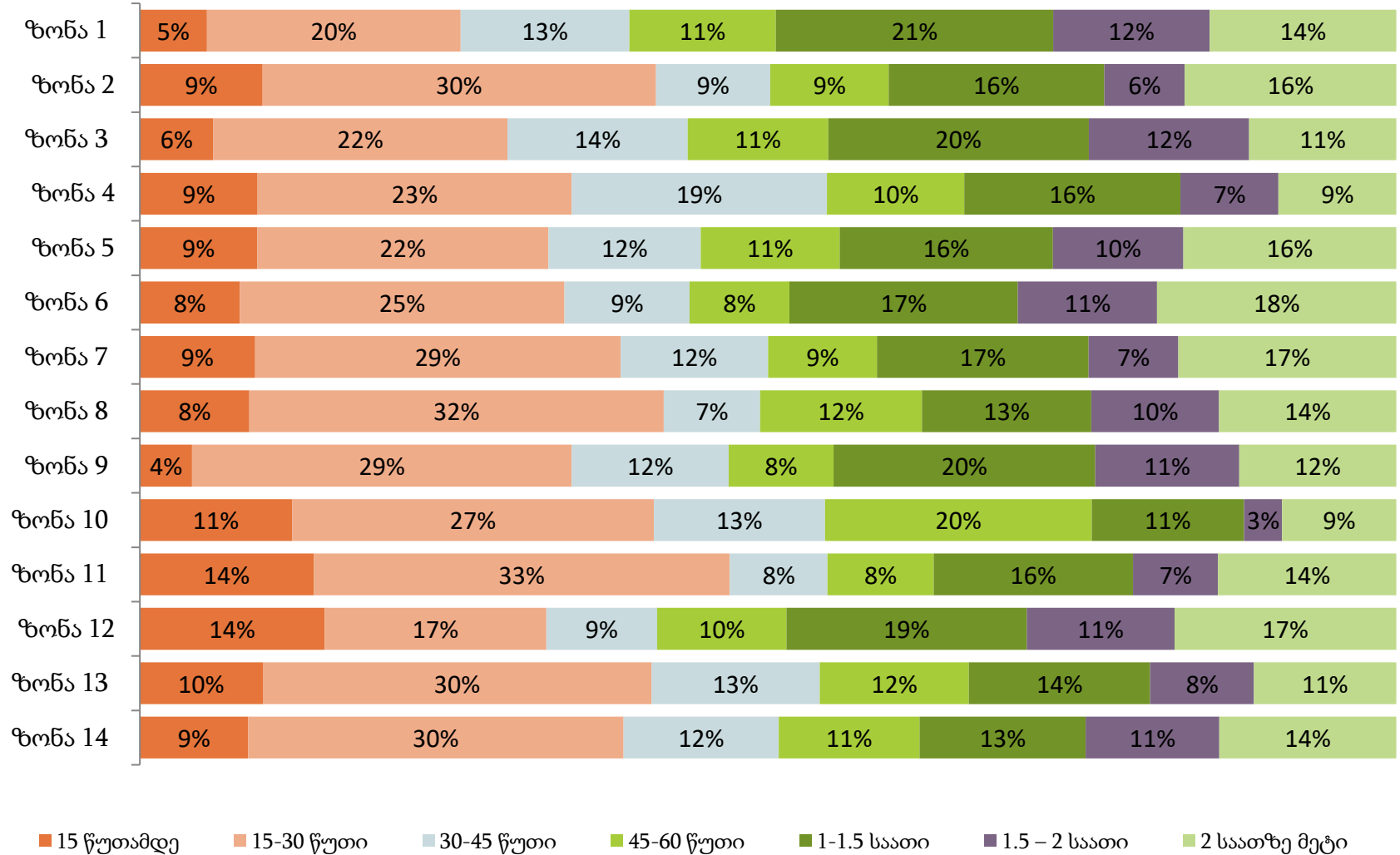
ოჯახის ავტომობილი

აქლბლის ავტომობილი

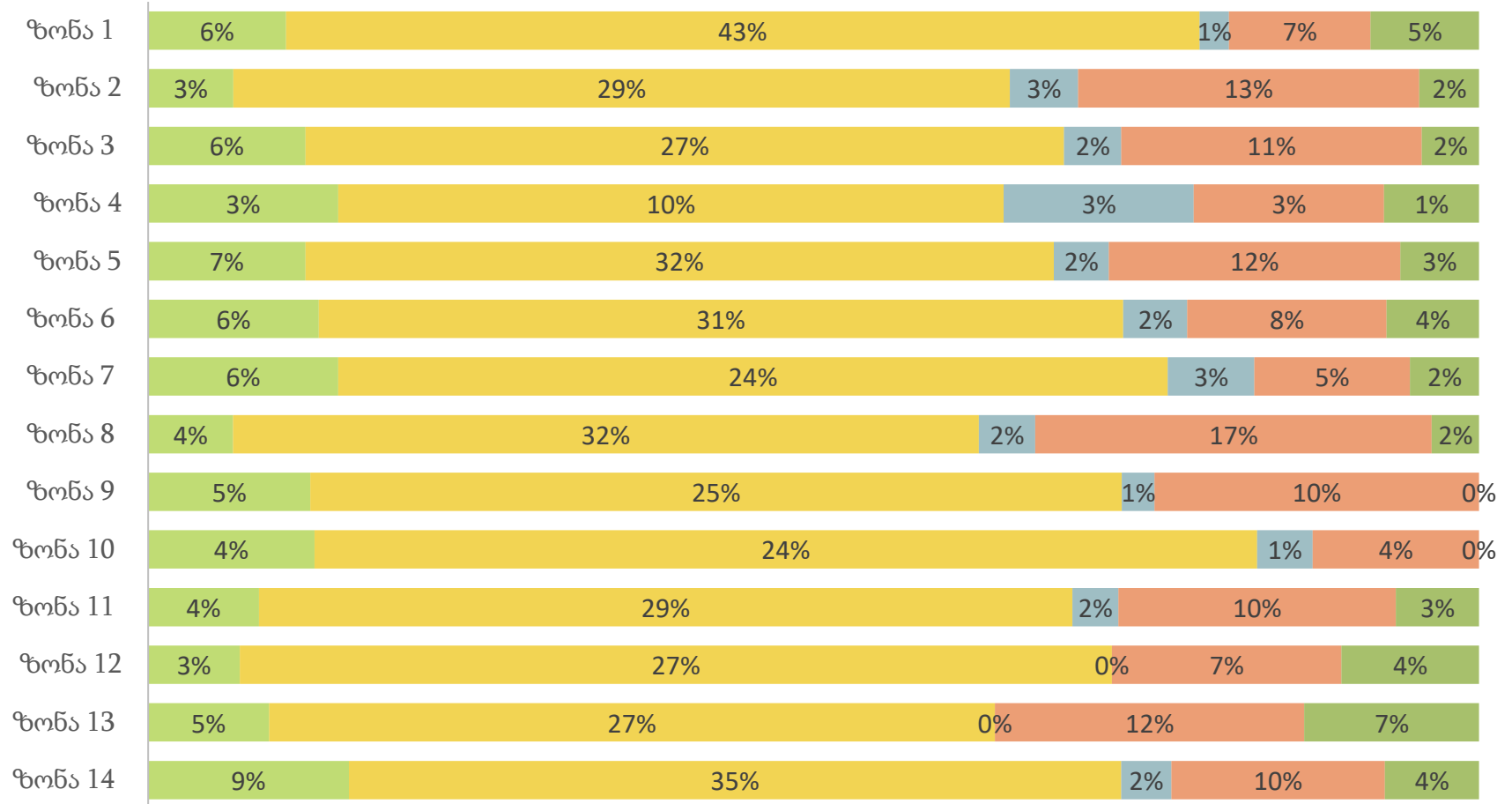
სამსახურის ავტომობილი

ფეხით გადაადგილდები

რაოდენობრივი (ზონური) ტრანსპორტირებაში დახარჯული დრო



რაოდენობრივი (ზონური) რა ვითარებაში უსმენთ რადიოს

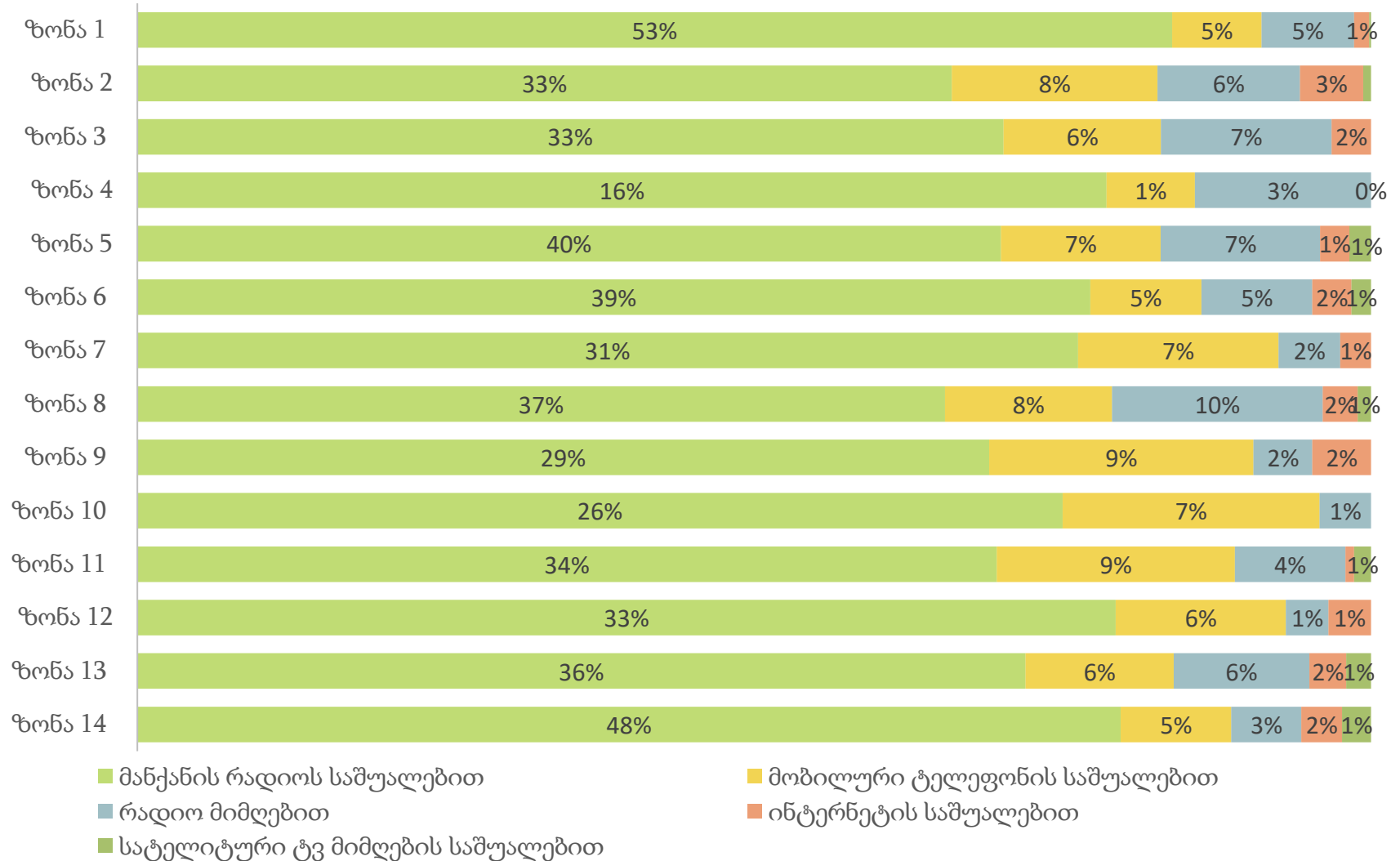


■ საზოგადოებრივი ტრანსპორტით მგზავრობისას
■ სამსახურში ყოფნისას
■ სხვისი ავტომობილით მგზავრობისას

■ საკუთარი ავტომობილით მგზავრობისას
■ სახლში ყოფნისას

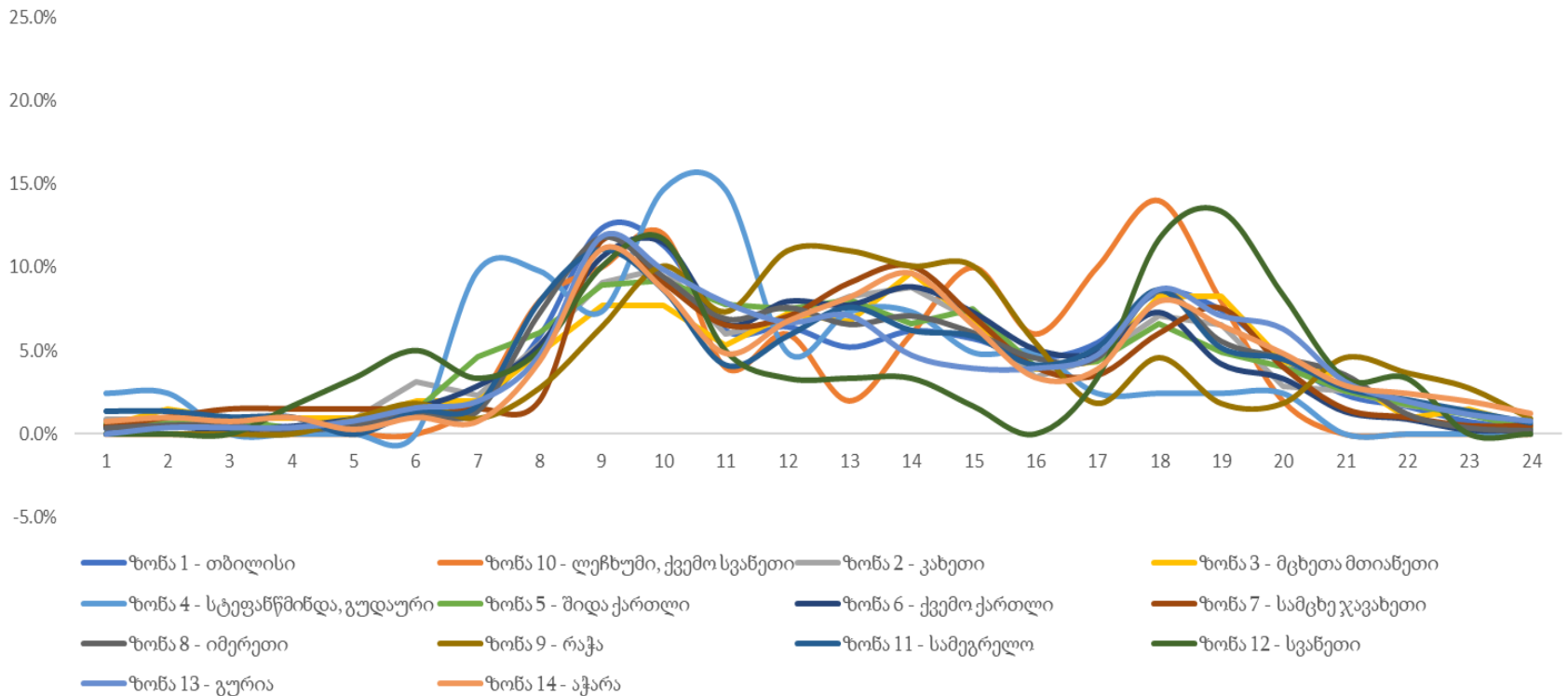
რაოდენობრივი (ზონური)

რადიოს მოსმენისას გამოყენებული მოწყობილობები/საშუალებები



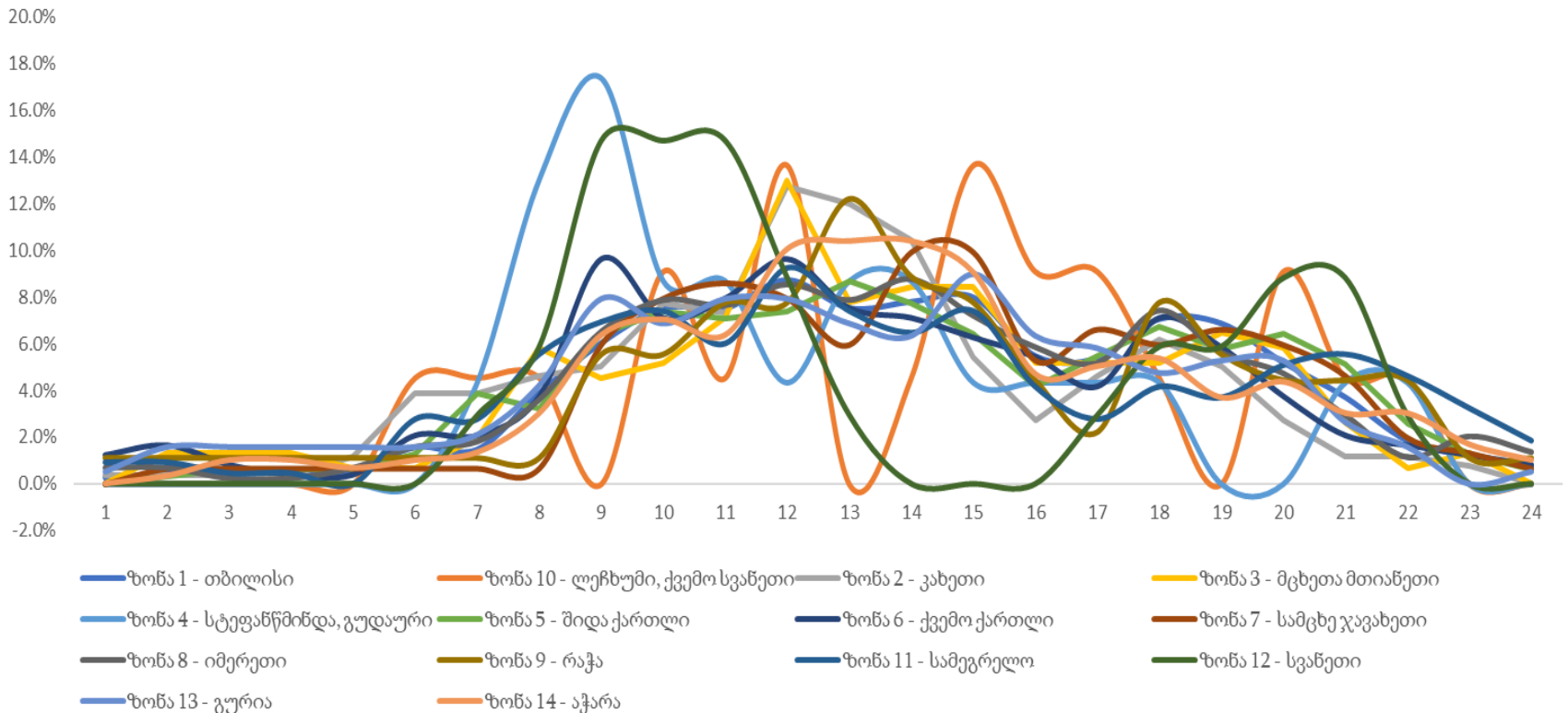
რაოდენობრივი (ზონური)

რომელ საათებში უსმენდით რადიოს სამუშაო დღეები

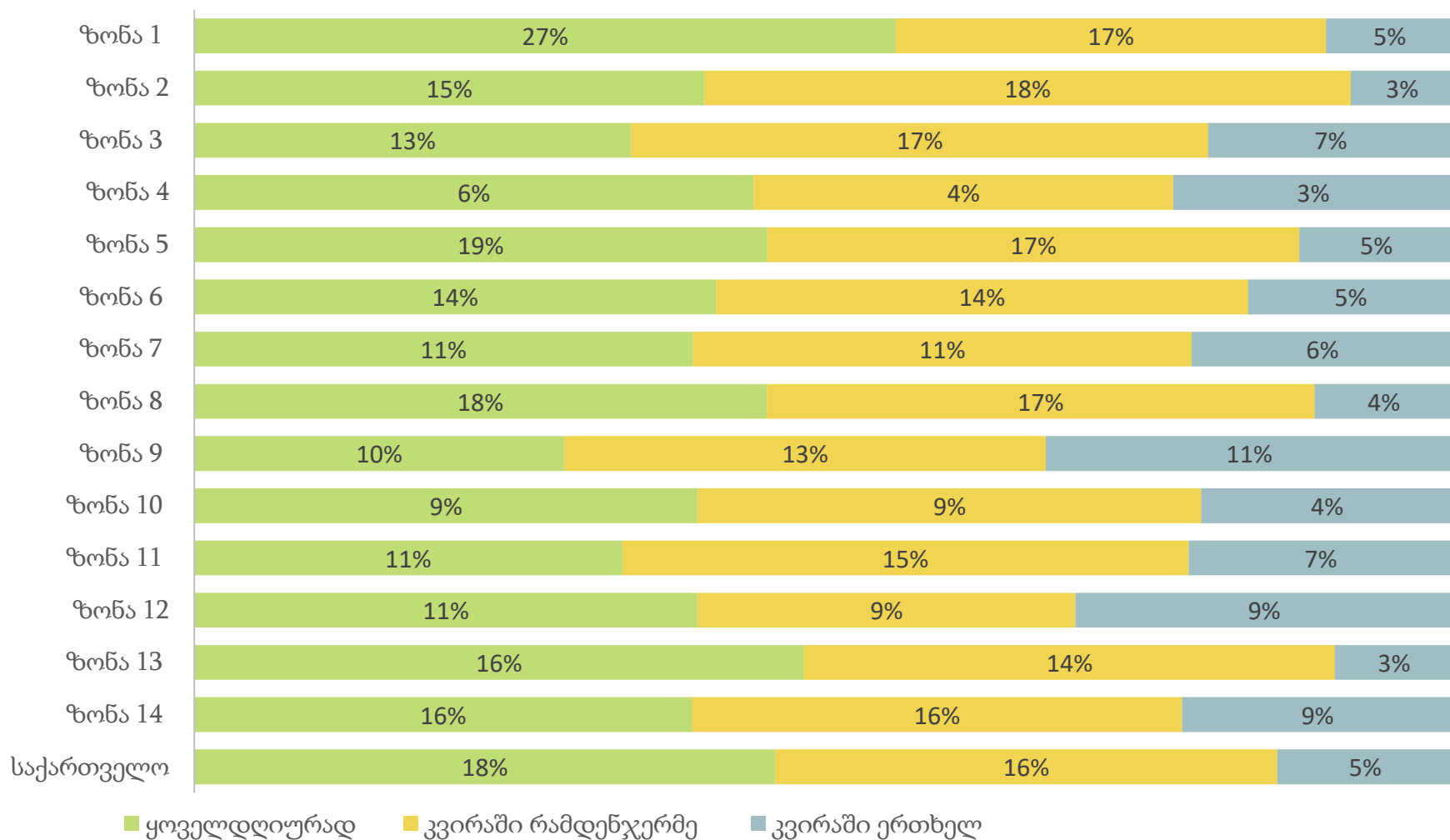


რაოდენობრივი (ზონური)

რომელ საათებში უსმენდით რადიოს შაბათ-კვირა

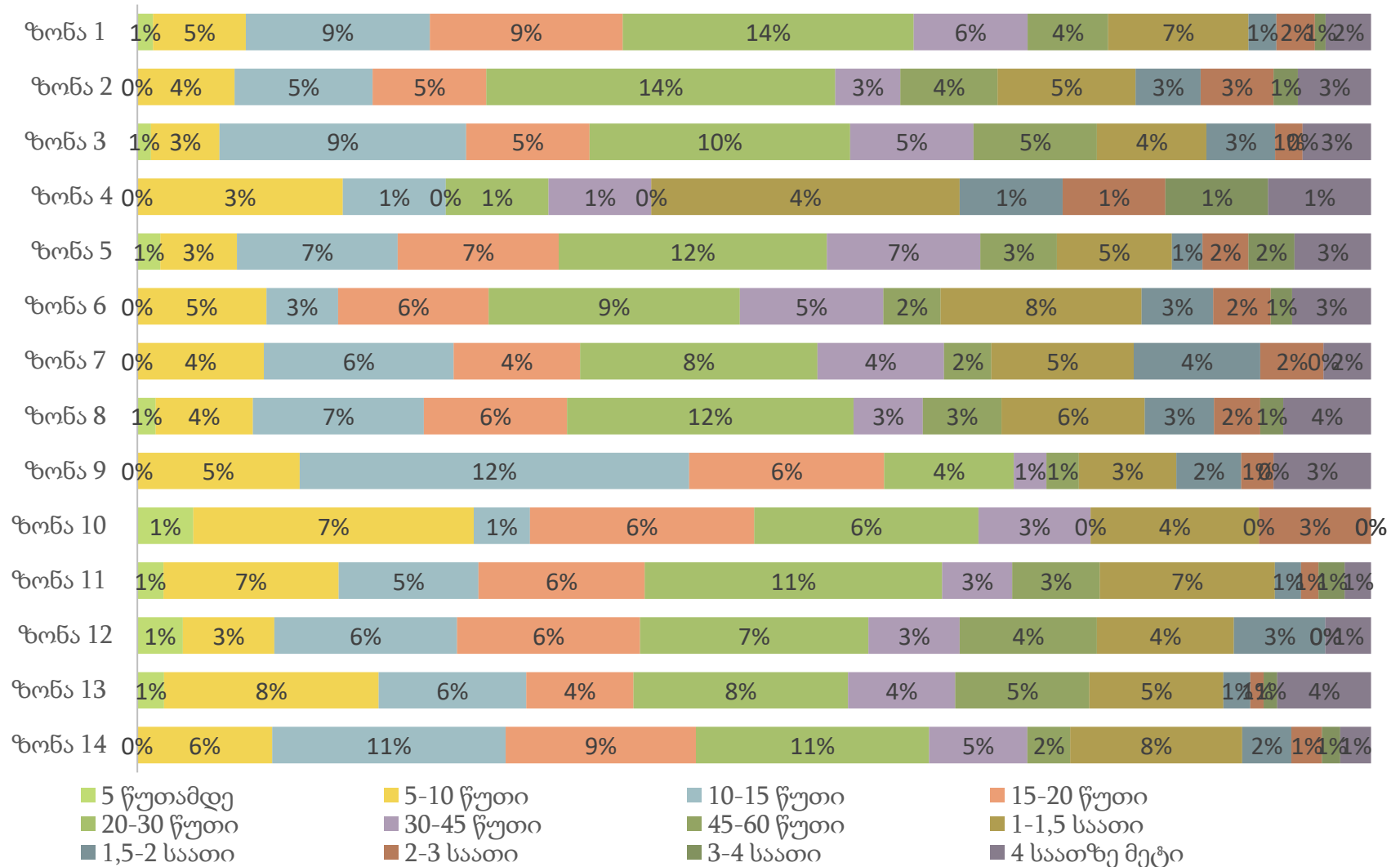


რაოდენობრივი (ზონური) რადიოს მოსმენის სიხშირე

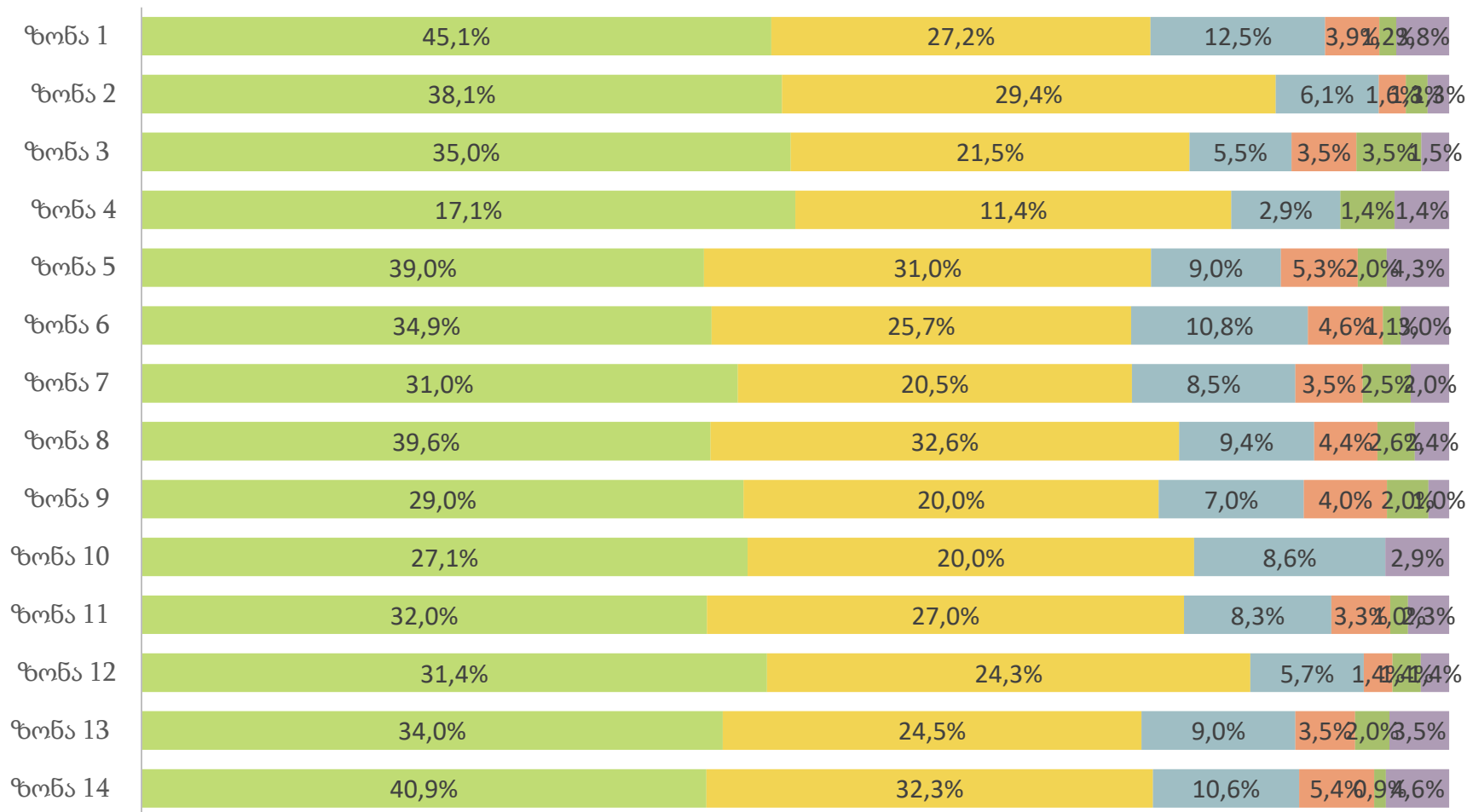


რაოდენობრივი (ზონური)

რადიოს მოსმენის სიხშირე 1 მოსმენის განმავლობაში



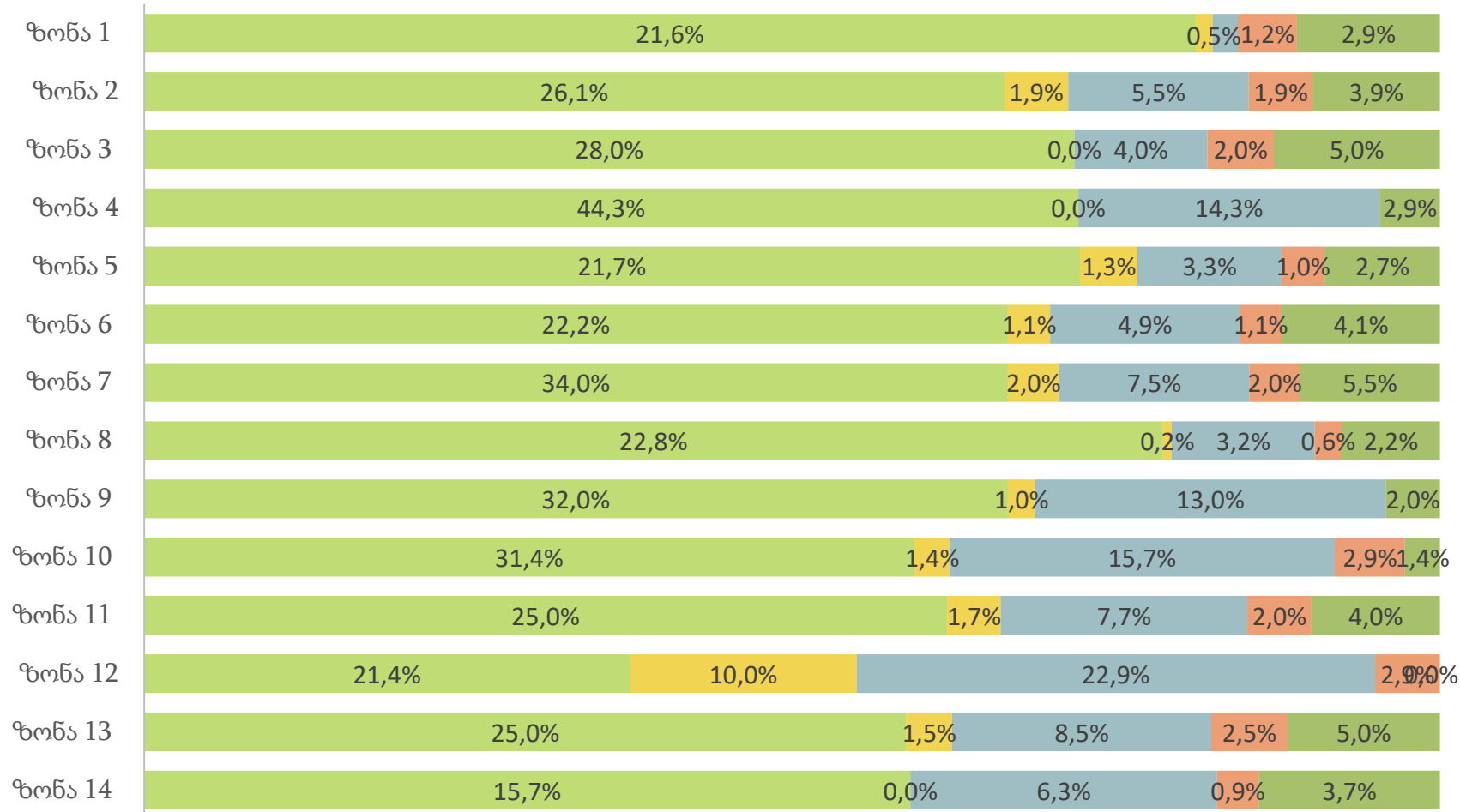
რაოდენობრივი (ზონური) რადიოს შერჩევის კრიტერიუმები



- ვუსმენ მუსიკას
- ვეცნობი ახალ ამბებს
- მეზავრობისას დრო გამყავს
- ვეცნობი თემატურ სიახლეებს (მაგალითად, სპორტულს, აგრო სფეროს, ბიზნეს სიახლეებს)
- სახლის საქმეების კეთებისას ფონს ვიქმნი
- ჩემი ნებით არ ვუსმენ, მეზავრობისას აქვს ჩართული მძღოლს/მეზავრს

რაოდენობრივი (ზონური)

სხვა საინფორმაციო წყაროების არჩევის ძირითადი კრიტერიუმები



■ რადიოსთან შედარებით უპირატესობას ვანიჭებ სხვა მედიასაშუალებებს

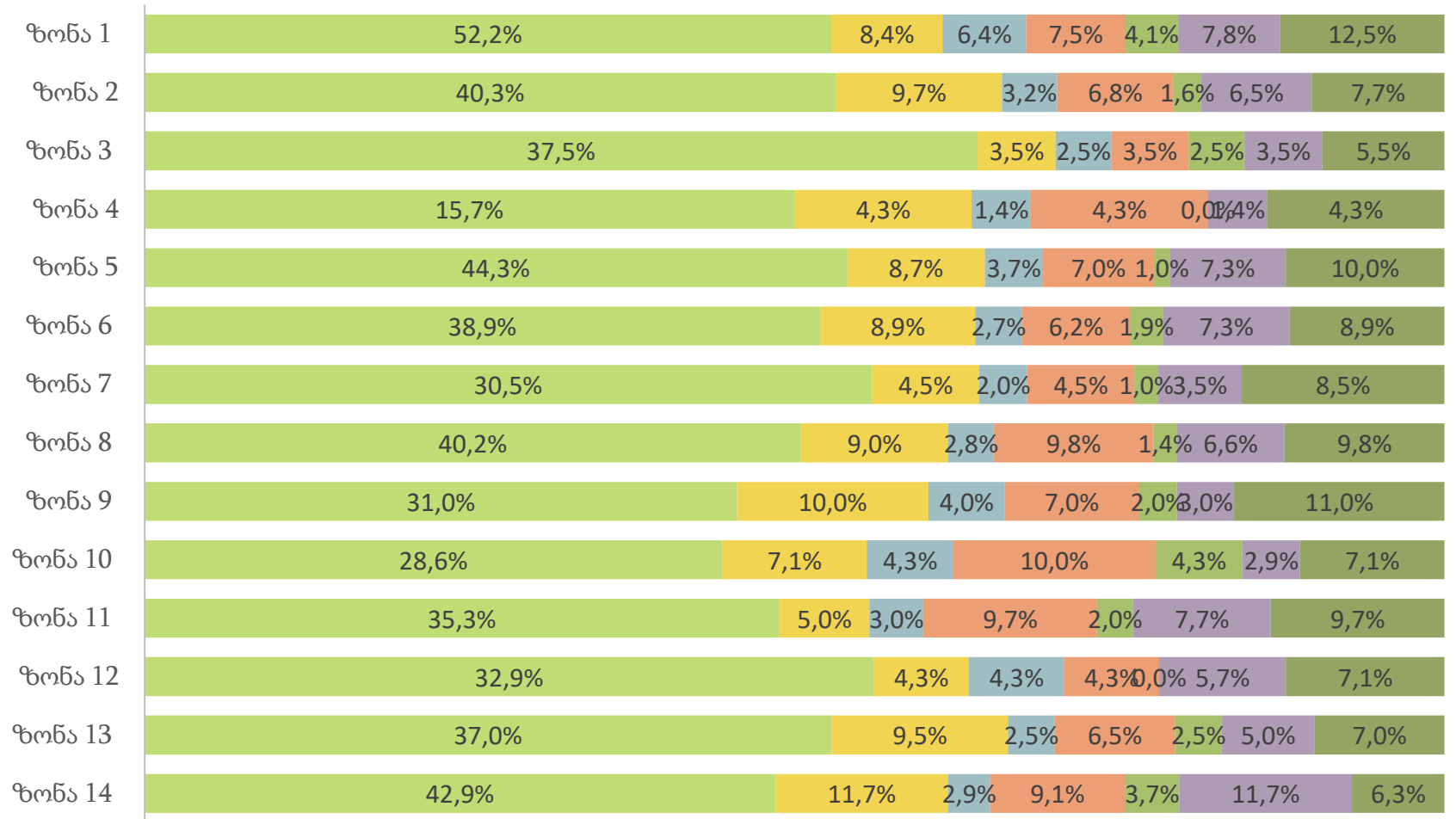
■ იქ, სადაც მე ვცხოვრობ, რადიოების ძალიან მცირე არჩევანია

■ არ იჭერს

■ არ მომწონს რადიოს გადაცემების ფორმატი

■ რადიო არხების გადაცემების თემები უინტერესოა

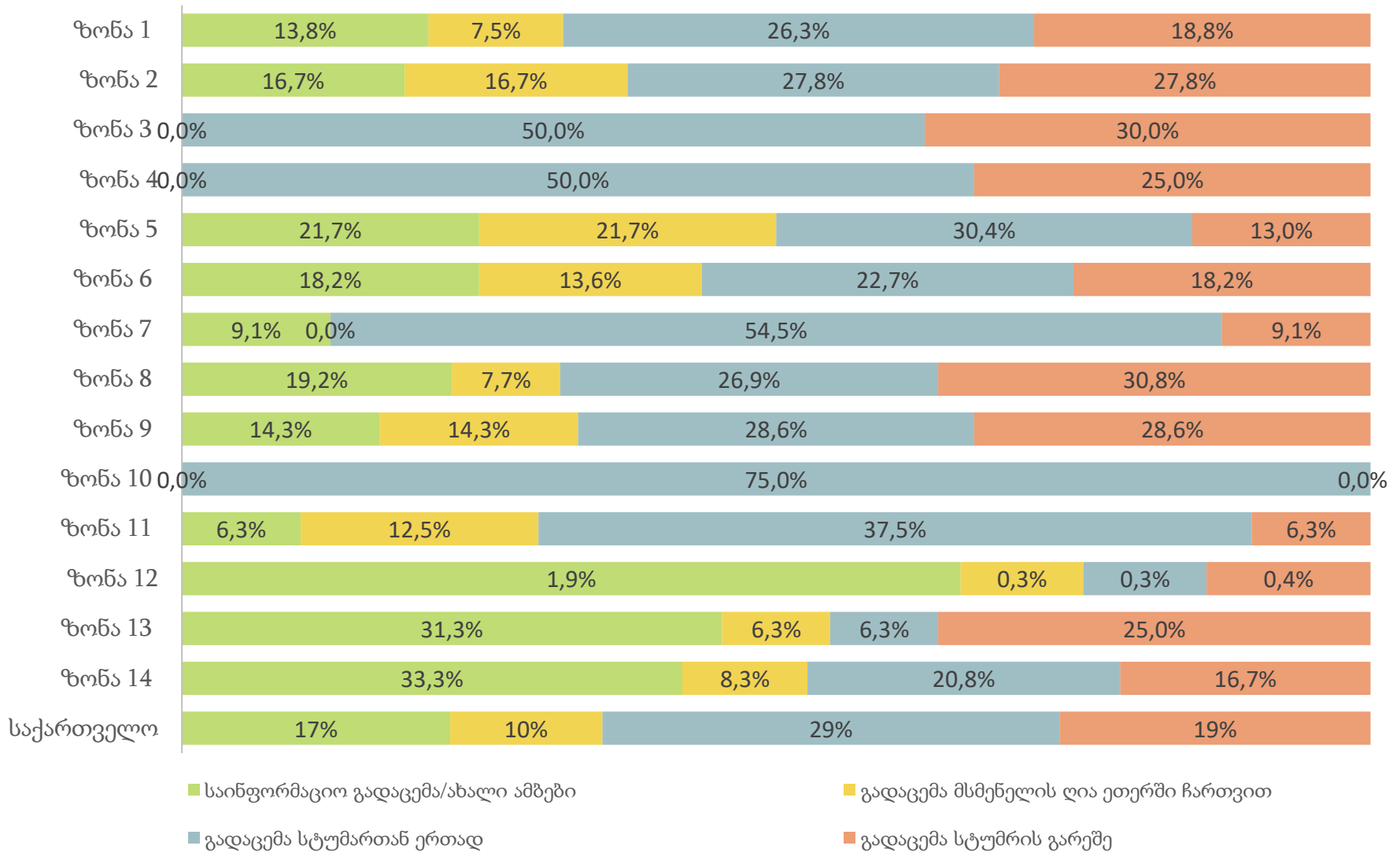
რაოდენობრივი (ზონური) რა შინაარსის გადაცემებს უსმენთ?



■ მუსიკა
 ■ მედიცინა
 ■ ხელოვნება
 ■ სპორტი
 ■ მეცნიერება
 ■ სანფორმაციო/ახალი ამბები
 ■ ადგილობრივი/რაიონული ამბები

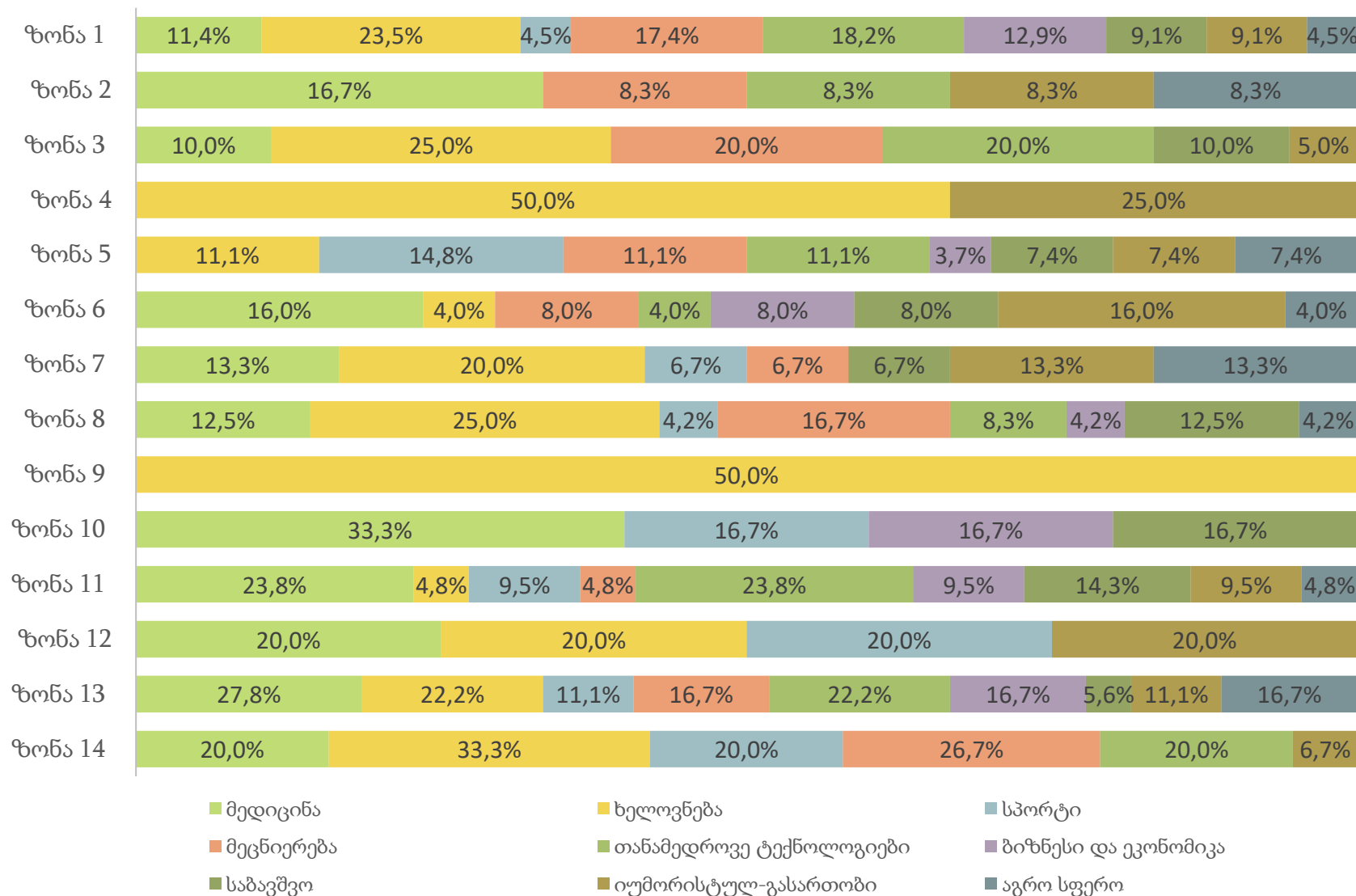
რაოდენობრივი (ზონური)

გადაცემების ფორმატი, რომელიც რესპონდენტების აზრით დეფიციტურია



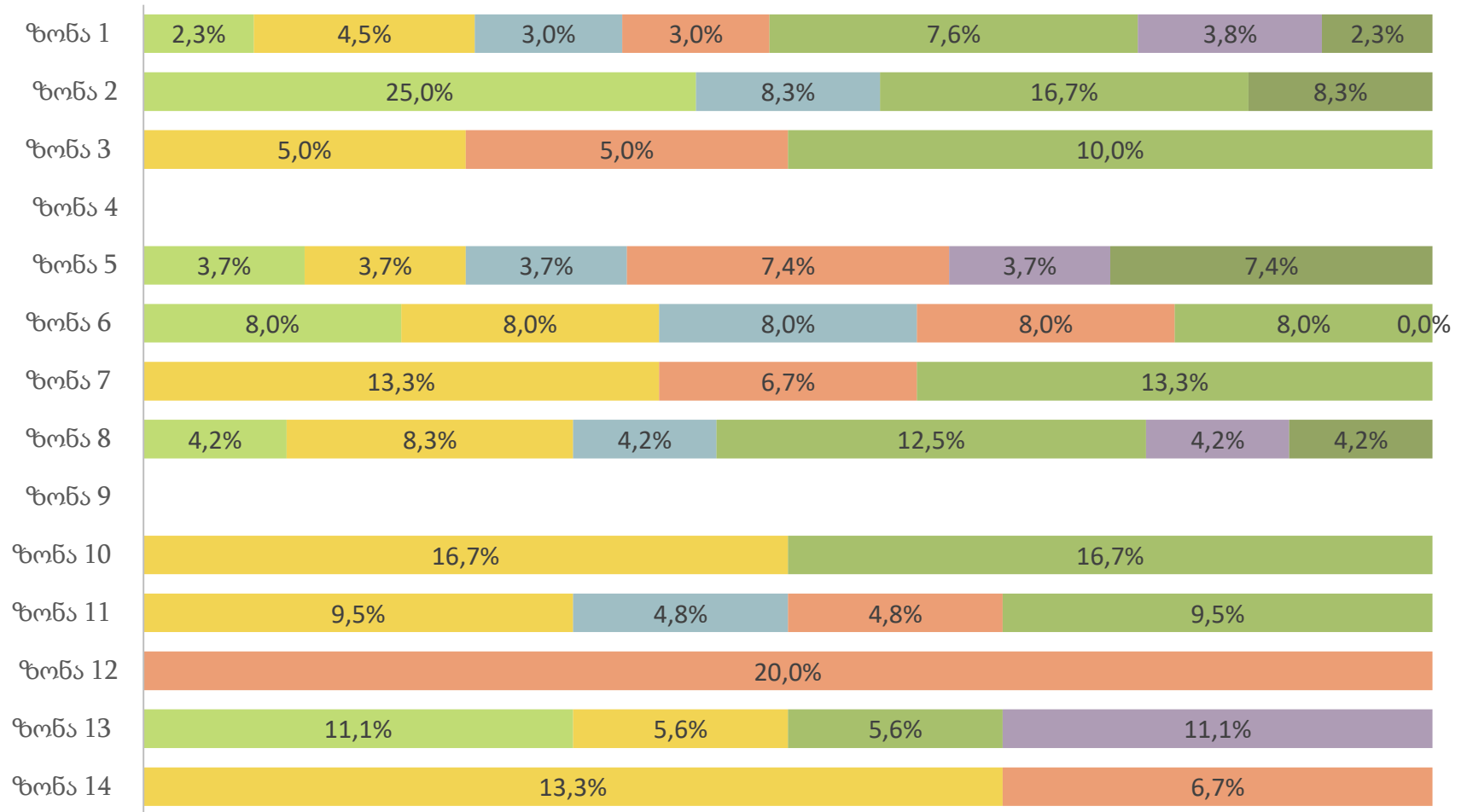
რაოდენობრივი (ზონური)

თემატიკა, რომელიც რესპონდენტების აზრით დეფიციტურია



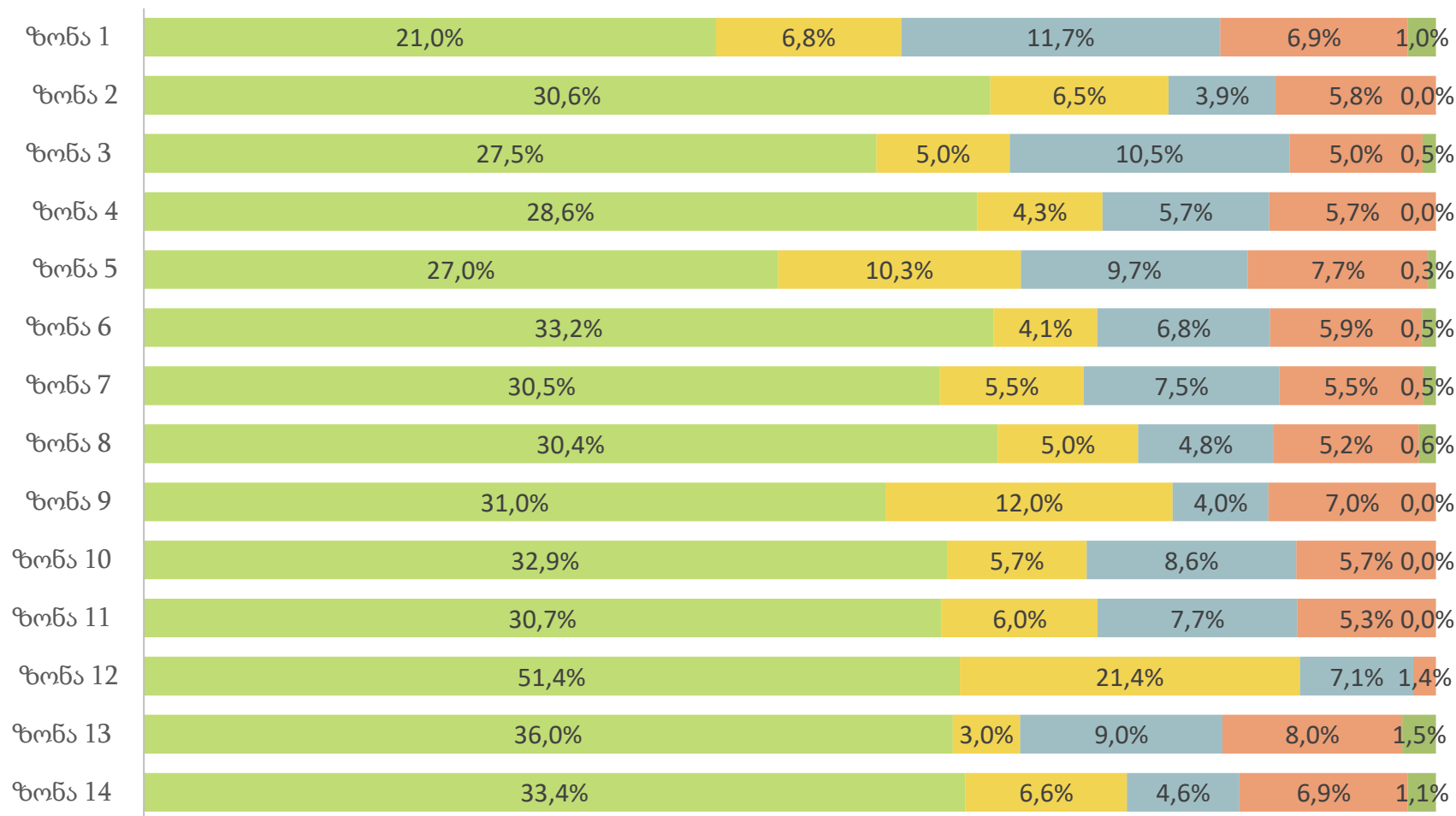
რაოდენობრივი (ზონური)

თემატიკა, რომელიც რესპონდენტების აზრით დეფიციტურია



- სოციალური
- კულინარიული
- ადგილობრივი/რეგიონული ამბები
- მუსიკა
- შემეცნებითი
- საინფორმაციო
- ინტელექტუალური

რაოდენობრივი (ზონური) ძირითადი პრობლემები რადიო სივრცეში



■ რადიოსადგურების დაჭერის ხარისხი

■ რადიო არხების მცირე არჩევანი

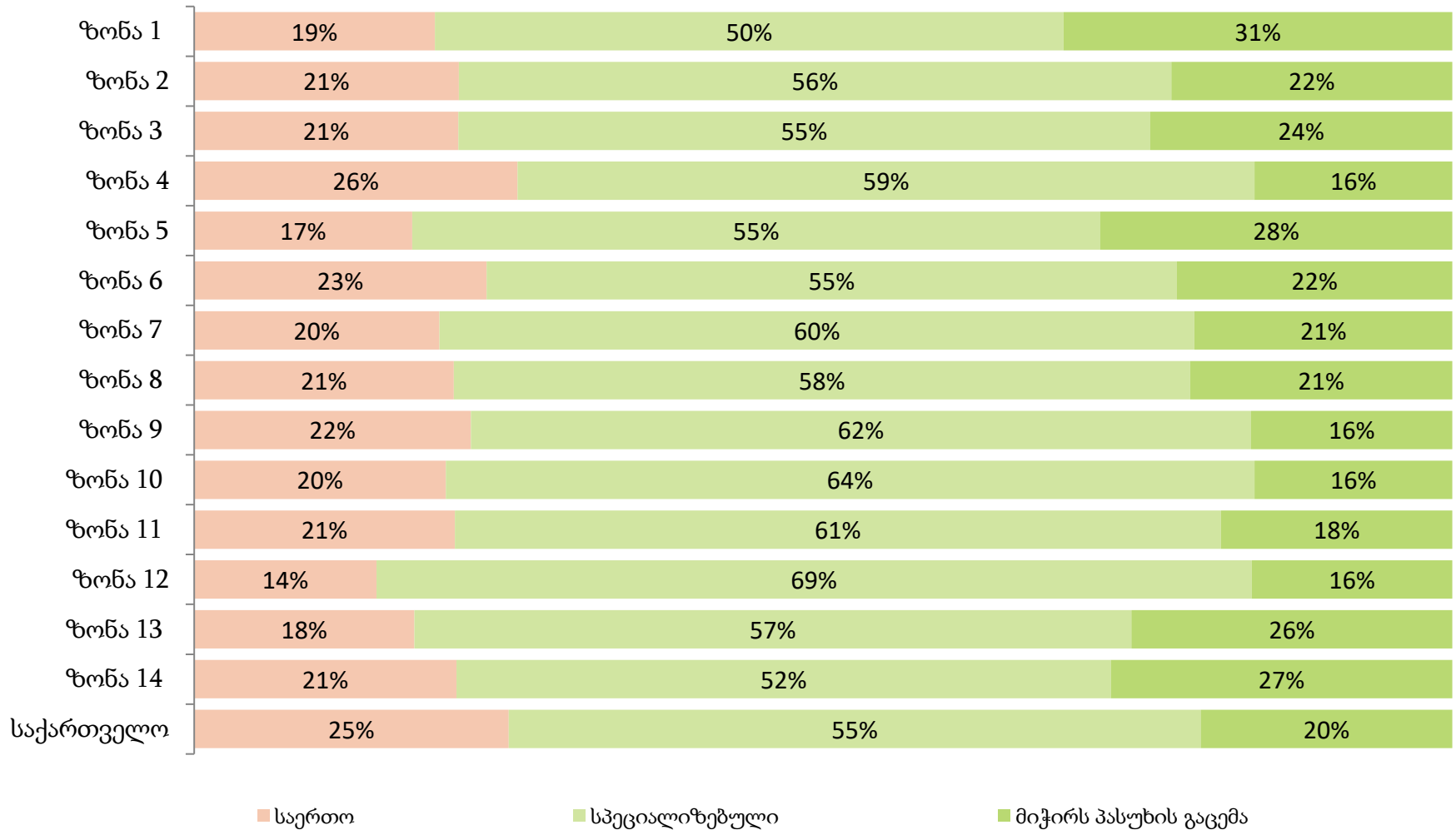
■ რადიო არხების გადაცემის შინაარსი/თემატიკა

■ რადიო არხების გადაცემების ფორმატი

■ ბევრი რეკლამები

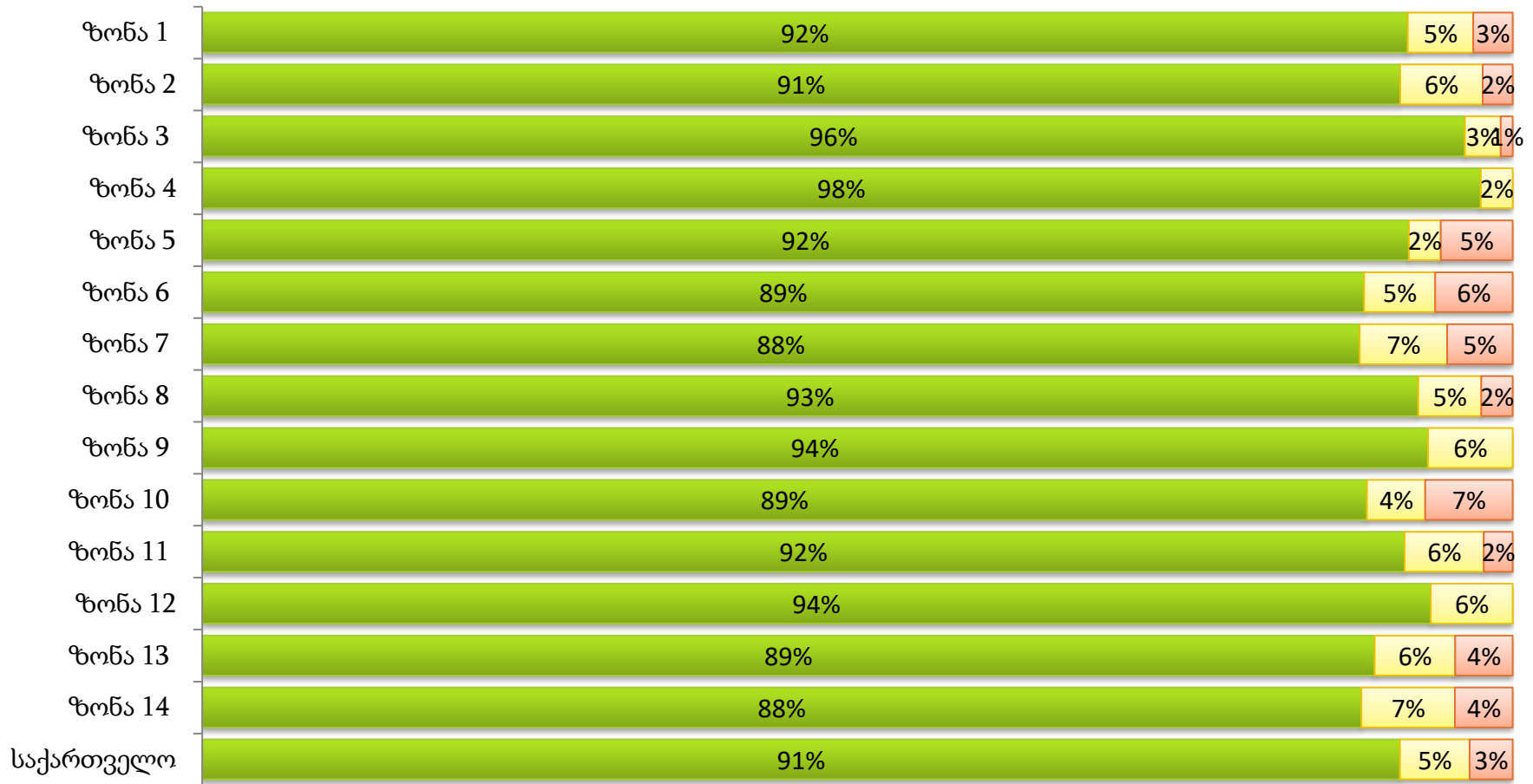
რაოდენობრივი (ზონური)

რადიო სადგურების დამატების საჭიროება



რაოდენობრივი (ზონური)

მაუწყებლობის ფორმატი - საერთო რადიო არხებისთვის



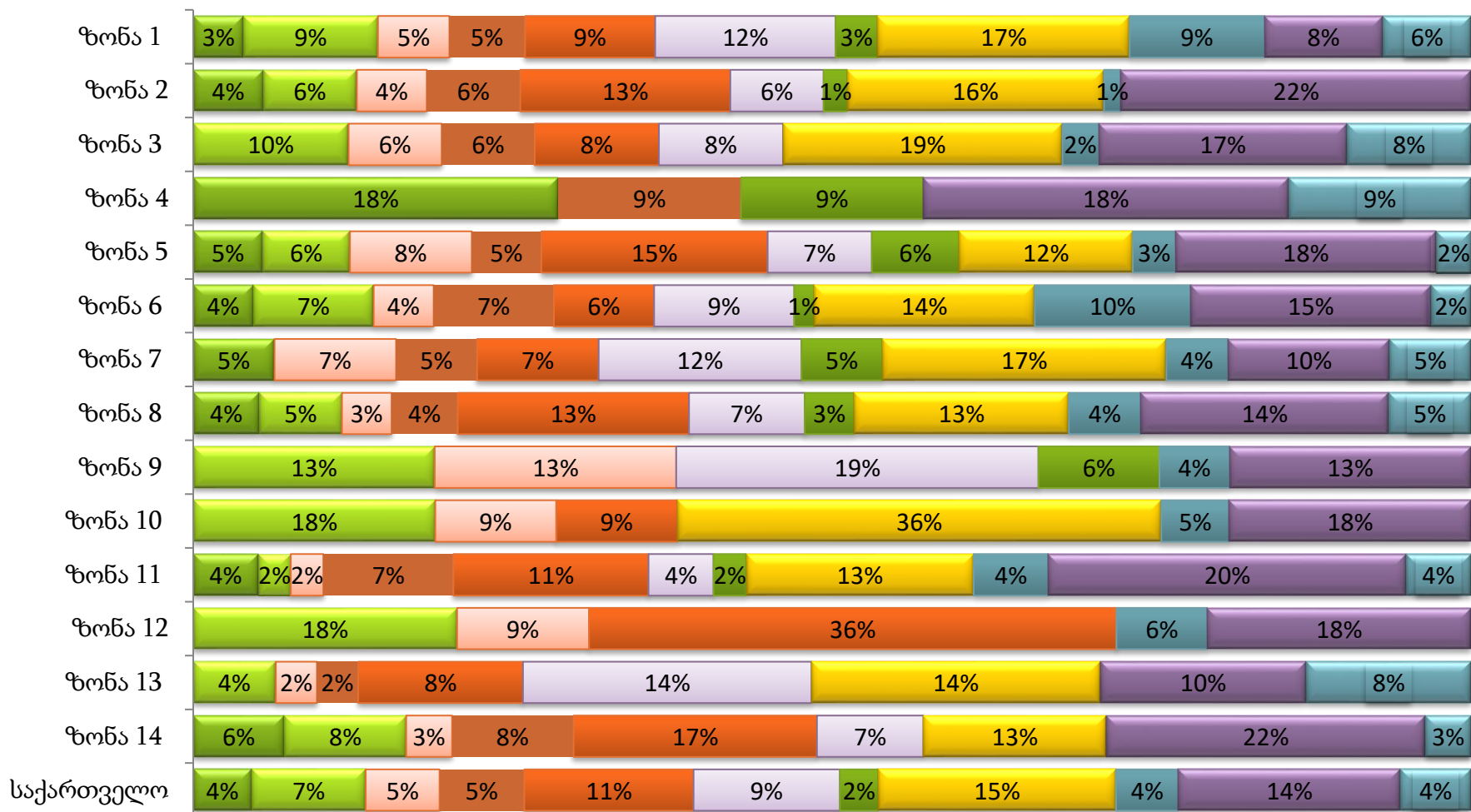
■ მთლიანი ქვეყნის მასშტაბით

■ ადმინისტრაციული/მუნიციპალური/სათემო ერთეულის დონეზე

■ მიჭირს პასუხის გაცემა

რაოდენობრივი (ზონური)

სპეციალიზირებული თემატიკის დამატების საჭიროება



■ ბიზნესი და ეკონომიკა

■ იუმორისტულ-გასართობი

■ საგანმანათლებლო

■ მედიცინა

■ თანამედროვე ტექნოლოგიები

■ სპორტი

■ მუსიკა

■ მეცნიერება

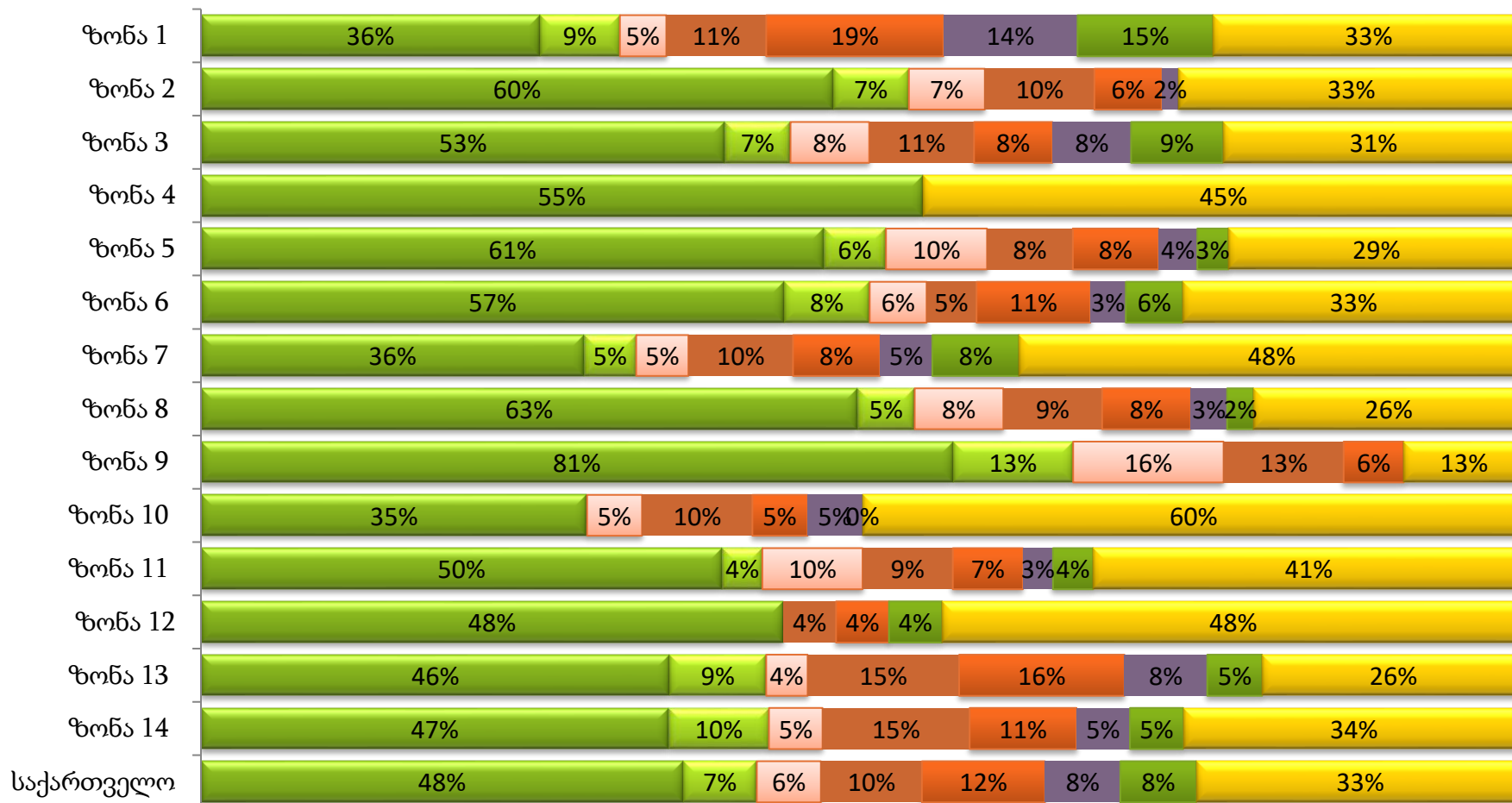
■ კულინარიული

■ ხელოვნება

■ საბავშვო

რაოდენობრივი (ზონური)

მუსიკის ჟანრები მოსმენის სიხშირის მიხედვით



ქართული ესტრადა

ფოლკლორი

რუსული ესტრადა

კლასიკა

პოპ-მუსიკა

როკი

ჯაზი

სულერთია, ყველანაირს



ბარათაშვილის #8
ტელ: +995 32 299 72 14
ფაქსი: +995 32 299 85 06
მეილი: ipm@ipm.ge
ვებ-გვერდი: www.ipm.ge

მადლობა თანამშრომლობისთვის!