

РЕЙТИНГ РАДОСТІ: динаміка

**Соціологічна група "Рейтинг"
жовтень 2011**





Методологія

Аудиторія дослідження:

населення України віком від 18 років і старші

Вибіркова сукупність:

2000 респондентів

Метод дослідження:

особисте формалізоване інтерв'ю згідно з опитувальником (face to face)

Помилка репрезентативності дослідження (з ймовірністю 0,95):

для значень близьких до 50% похибка становить **не більше 2,2%**, для значень близьких до 30% - не більше 2%, для значень близьких до 10% - не більше 1,3%, для значень близьких до 5% - не більше 1%

Терміни проведення дослідження:

17 – 27 вересня 2011 р.

Розподіл областей:	
Захід	Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька
Центр	Вінницька, Кіровоградська, Полтавська, Хмельницька, Черкаська
Північ	м. Київ, Київська, Житомирська, Сумська, Чернігівська
Південь	АР Крим, Одеська, Херсонська, Миколаївська, м. Севастополь
Схід	Дніпропетровська, Запорізька, Харківська
Донбас	Донецька, Луганська

Резюме

Згідно з результатами дослідження, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» наприкінці вересня 2011, найбільше радості дорослим у віці понад 18 років приносять родина (66%), діти (53%) та друзі (41%).

Доповнюють п'ятірку «РЕЙТИНГУ РАДОСТІ» гроші (31%) та перегляд телевізору (27%).

Кожному п'ятому приносить радість робота. Також майже кожному п'ятому радість приносить спілкування з природою, подорожі, музика, день народження, дарування та отримання подарунків.

Кожний шостий отримує радість від домашніх тварин та роботі по дому і господарству. Дещо менше людям приносять радість відпустка / канікули (14%), їжа (13%), секс (13%), кіно (12%), книжки (12%) та інтернет (10%).

Менше 10% опитаних отримують радість від молитви (церкви), шопінгу, співу, занять спортом та перемог улюбленої команди. Менше 5% – від танців, навчання, театру, усамітнення, алкоголю та азартних ігор.

Лише 3% опитаним нічого не приносить радості в житті.

Слід зазначити, що порівняно з аналогічним опитуванням, проведеним Соціологічною групою «Рейтинг» два роки тому, у 2011 році люди відчують радості менше лише від перегляду телевізора, кіно та відпусток / канікул.

За рештою напрямків відчуття людей або не змінилися або покращилися – найбільший «приріст радості» від роботи, сексу та інтернету, а також від святкування днів народження та подарунків, домашніх тварин та перемог улюбленої команди.

Разом з тим за два роки значно збільшилось число людей, які відчують радість від усамітнення – сьогодні таких вже 5%.

Окрім того, виходить так, що за два роки люди почали відчувати радості від телевізору менше, а від інтернету більше.

Станом на кінець вересня 2011 найбільш радісними виглядають мешканці Півночі (передусім Києва), Заходу та Центру. Найменш радісними є мешканці Донбасу.

ЗАХІД виразно лідирує за показниками радості від родини та дітей, роботи, пісні та молитви (церкви). Як і два роки тому молитва (церква) приносить найбільше радості греко-католикам.

Мешканці ЦЕНТРУ відносно більше отримують радість від днів народження та подарунків, а також хатньої роботи та домашніх тварин. За цими критеріями мешканці Центру дуже схожі до ПІВДНЯ, які, крім того, абсолютні лідери за відчуттям радості від перегляду телевізора.

Мешканці СХОДУ абсолютні лідери за відчуттям радості від грошей – тут **відносно менше працює приказка «не имей сто рублей, а имей сто друзей», оскільки Схід – це єдиний регіон, де від грошей радіють більше, ніж від друзів.** Разом з тим, тут люблять бувати на природі і значно більше радіють відпусткам та подорожам, ніж в решті регіонів. Також тут радіють від днів народжень і подарунків, від шопінгу та їжі.

Музика, кіно, книжки, театр значно більше приносять радості мешканцям ПІВНОЧІ (передусім Києва).

Родина приносить радості однаково як мешканцям міст, так і сіл. Водночас, друзі, гроші, подорожі, книжки та інтернет більше захоплюють ГОРОДЯН, а діти, подарунки, хатні справи, церква та пісні – МЕШКАНЦІВ СІЛ.

Родина, діти, подарунки, хатні справи та домашні тварини, книжки, театр, шопінг, спів пісень та молитва більше приносять радості ЖІНКАМ. Тоді як друзі, гроші, робота, телевізор, їжа, інтернет, зайняття спортом та перемоги улюблених команд, алкоголь та азартні ігри – ЧОЛОВІКАМ. **Як і два роки тому секс значно більше радості приносить чоловікам, ніж жінкам.**

Резюме

Прикро відзначати, але з віком люди починають все менше відчувати радості. Чим старші люди, тим менше вони відчують радості від друзів, грошей, подорожей, музики, кіно, сексу, шопінгу, танців, спорту. **Чи старше люди, тим менше вони радіють дню народження.** Водночас їм все більше приносить радість хатня робота та господарка, телевізор, церква. Тим не менше старші люди радіють книжці більше, ніж молодь.

Люди середнього віку більше інших радіють від усамітнення, вони більше радіють від того, що дарують подарунки, від книжки, театру та спілкування з природою. Також їм більше інших приносить радість робота.

Як і два роки тому молодь продовжує менше інших радіти дітям (вони ще самі як діти) та родині, водночас значно більше інших радіє друзям, отримує радість від музики, подорожей, інтернету, кіно, сексу, танців, спорту.

За допомогою аналізу кореляцій у відповідях респондентів, спробуємо скласти своєрідну **МАТРИЦЮ РАДОСТІ** та ідентифікувати суміжні види радості.

Отже, якщо людям приносить радість «ДЕНЬ НАРОДЖЕННЯ», то вони люблять отримувати і дарувати подарунки і більше інших отримують задоволення від шопінгу. Як і два роки тому вони люблять отримувати подарунки більше, ніж дарувати. Зазначимо, що респонденти, які отримують задоволення від шопінгу, дуже позитивно ставляться і до грошей, що цілком логічно.

Другу – найбільш «АКТИВНУ» групу суміжних видів радості, формують робота, відпустка /канікули, друзі, їжа, гроші, секс, подорожі та інтернет.

Цій групі можна протиставити «НЕАКТИВНУ», куди входять молитва, пісні, робота по дому і господарству. Для останньої часто суміжним видом радості є радість від домашніх тварин.

Зайняття спортом, танці, перемоги улюбленої команди та навчання – суміжні радості у групі «СПОРТ».

Наступну – «МИСТЕЦЬКУ», формують кіно, музика, книжки та театр.

Радість від «УСАМІТНЕННЯ» найкраще кореспондується з радістю від спілкування з природою. Ця група близька і часто перетинається з вже названою «МИСТЕЦЬКОЮ» групою.

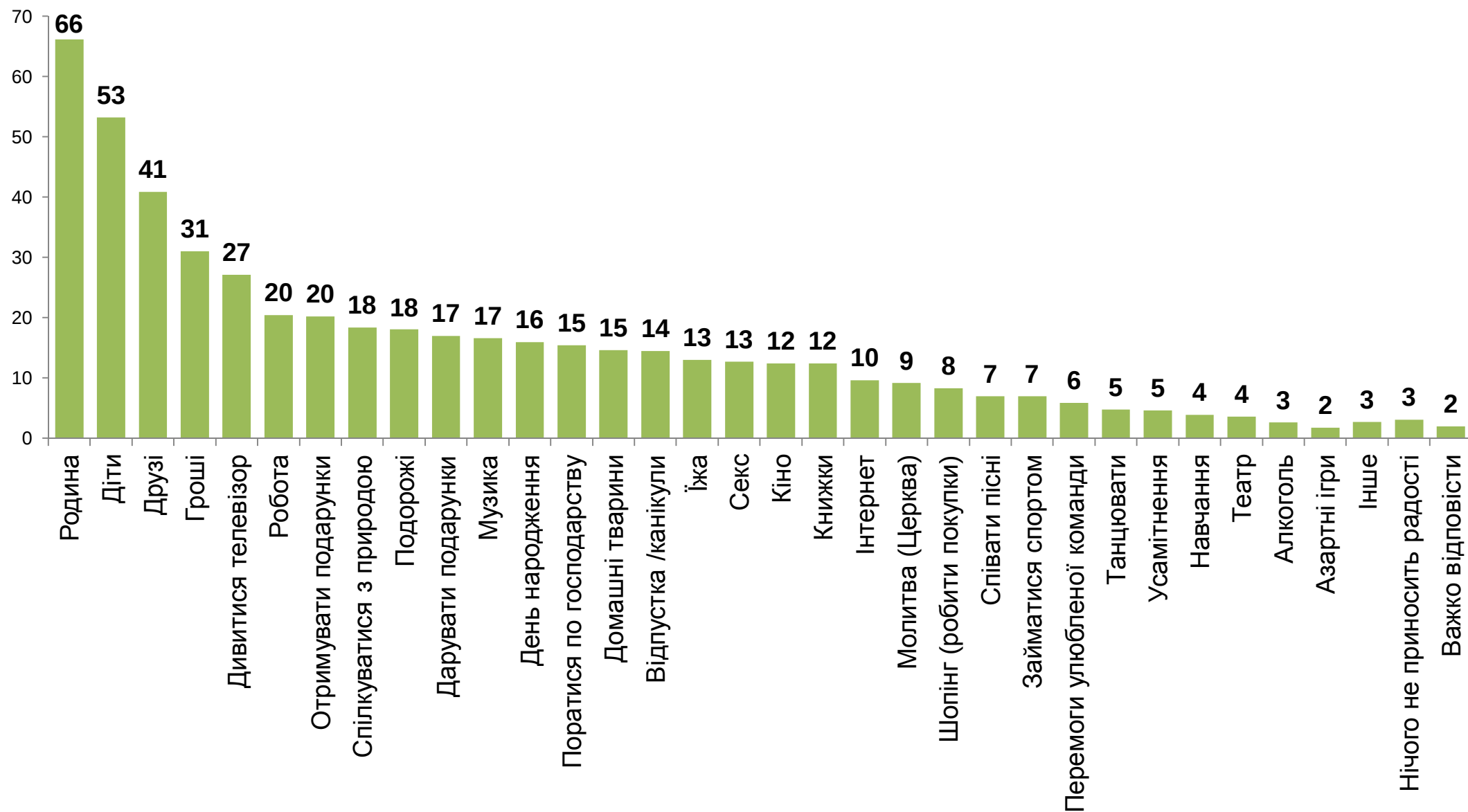
Люди, що відчують радість від родини радіють від дітей і навпаки. Ця група має умовну назву «РОДИННА».

У групі «АЗАРТНА» близькими видами радості є алкоголь та азартні ігри.



Рейтинг РАДОСТІ

Що Вам приносить найбільше радості в житті? *ДОВІЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ВІДПОВІДЕЙ*





Рейтинг радості: динаміка

	10'2009	09'2011
Родина	61	66
Діти	47	53
Друзі	37	41
Гроші	27	31
Дивитися телевізор	32	27
Робота	13	20
Отримувати подарунки	16	20
Спілкуватися з природою	19	18
Подорожі	15	18
Дарувати подарунки	13	17
Музика	17	17
День народження	10	16
Поратися по господарству	13	15
Домашні тварини	10	15
Відпустка /канікули	16	14
Їжа	10	13
Секс	9	13
Кіно	14	12
Книжки	12	12
Інтернет	6	10
Молитва (Церква)	9	9
Шопінг (робити покупки)	8	8
Співати пісні	6	7
Займатися спортом	6	7
Перемоги улюбленої команди	4	6
Танцювати	4	5
Усамітнення	3	5
Навчання	3	4
Театр	2	4
Алкоголь	2	3
Азартні ігри	1	2
Важко відповісти	2	2

Рейтинг радості: розподіл за регіонами

	Україна
Родина	66
Діти	53
Друзі	41
Гроші	31
Дивитися телевізор	27
Робота	20
Отримувати подарунки	20
Спілкуватися з природою	18
Подорожі	18
Дарувати подарунки	17
Музика	17
День народження	16
Поратися по господарству	15
Домашні тварини	15
Відпустка /канікули	14
Їжа	13
Секс	13
Кіно	12
Книжки	12
Інтернет	10
Молитва (Церква)	9
Шопінг (робити покупки)	8
Співати пісні	7
Займатися спортом	7
Перемоги улюбленої команди	6
Танцювати	5
Усамітнення	5
Навчання	4
Театр	4
Алкоголь	3
Азартні ігри	2

Захід	Центр	Північ	Південь	Схід	Донбас
71	67	68	58	67	65
61	60	49	47	52	49
47	30	46	40	45	35
26	24	37	25	52	19
24	28	25	33	31	23
29	17	22	18	13	23
18	26	15	20	29	13
19	19	17	18	25	12
16	14	24	17	26	10
15	21	15	13	24	14
14	14	24	13	21	12
12	22	11	17	23	12
18	20	9	22	12	14
12	17	18	19	14	8
12	14	14	10	27	9
12	11	14	15	19	6
9	14	17	11	18	7
12	7	22	10	16	5
10	11	20	11	13	9
6	7	13	12	11	8
22	7	6	8	6	4
6	11	8	9	12	5
12	9	7	6	5	4
8	6	9	8	5	6
5	6	8	6	5	6
5	6	6	3	5	4
3	4	5	4	9	4
3	3	5	4	3	6
3	3	7	3	3	3
3	3	4	1	3	2
2	3	2	1	2	1

Рейтинг радості: розподіл за віком

	Україна	18-29 років	30-39 років	40-49 років	50-59 років	60+ років
Родина	66	60	73	69	69	63
Діти	53	37	60	60	59	55
Друзі	41	58	46	41	35	25
Гроші	31	40	36	32	32	19
Дивитися телевізор	27	22	27	25	32	31
Робота	20	25	30	26	17	7
Отримувати подарунки	20	28	22	23	18	12
Спілкуватися з природою	18	18	18	18	21	18
Подорожі	18	26	24	19	16	7
Дарувати подарунки	17	17	17	21	18	13
Музика	17	31	17	14	12	7
День народження	16	22	19	15	13	10
Поратися по господарству	15	7	11	14	22	23
Домашні тварини	15	15	15	14	14	15
Відпустка /канікули	14	22	21	17	11	4
Їжа	13	15	14	13	13	10
Секс	13	25	19	13	6	1
Кіно	12	17	13	13	11	9
Книжки	12	10	12	13	14	13
Інтернет	10	23	11	8	4	1
Молитва (Церква)	9	4	7	9	10	14
Шопінг (робити покупки)	8	15	11	8	6	2
Співати пісні	7	8	5	6	8	8
Займатися спортом	7	14	10	5	4	2
Перемоги улюбленої команди	6	8	5	8	5	3
Танцювати	5	9	6	3	3	2
Усамотнення	5	4	4	6	5	4
Навчання	4	11	4	1	1	1
Театр	4	4	3	4	5	2
Алкоголь	3	4	4	3	2	1
Азартні ігри	2	3	2	2	2	1

Рейтинг радості: розподіл за віком

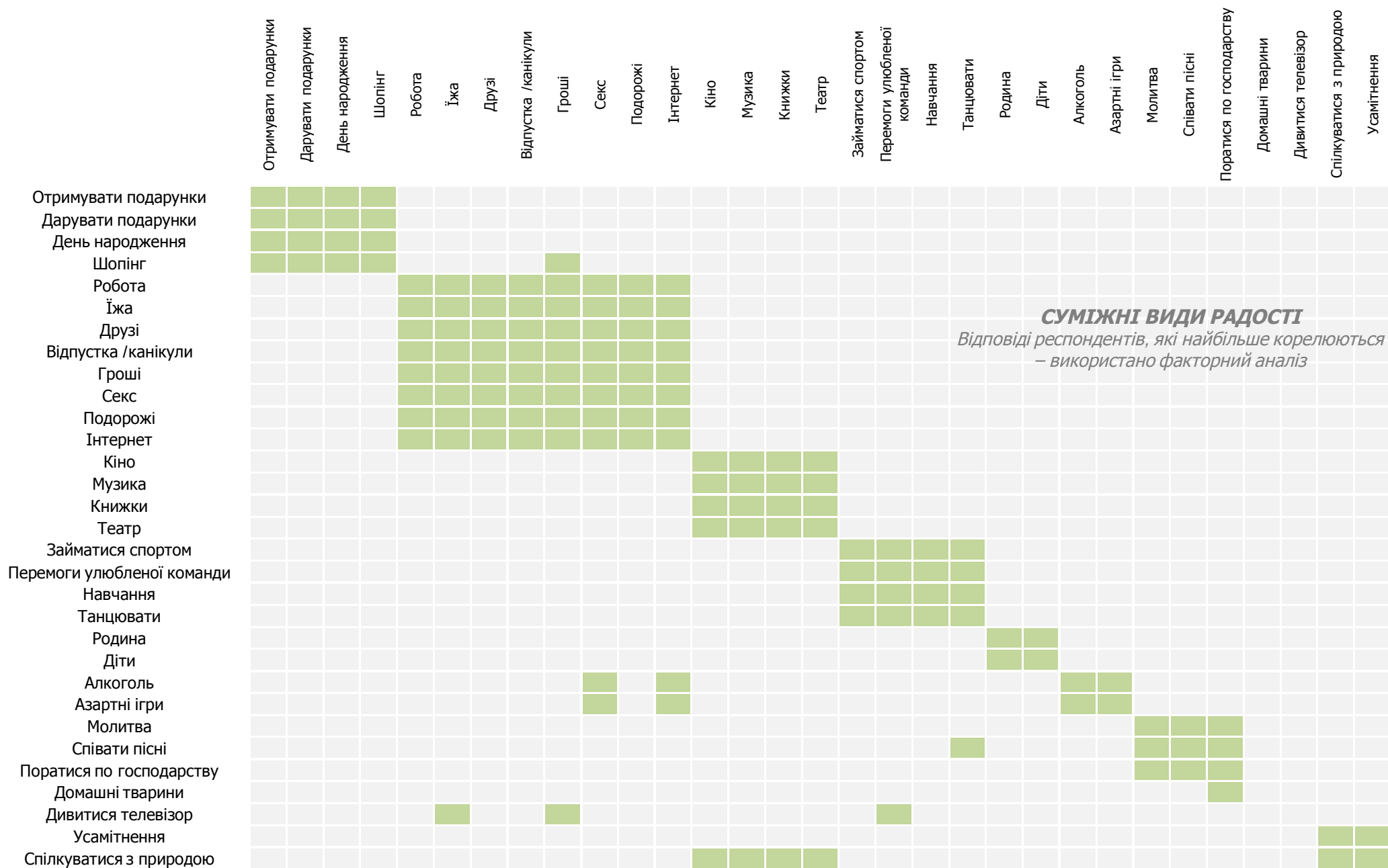
	Україна
Родина	66
Діти	53
Друзі	41
Гроші	31
Дивитися телевізор	27
Робота	20
Отримувати подарунки	20
Спілкуватися з природою	18
Подорожі	18
Дарувати подарунки	17
Музика	17
День народження	16
Поратися по господарству	15
Домашні тварини	15
Відпустка /канікули	14
Їжа	13
Секс	13
Кіно	12
Книжки	12
Інтернет	10
Молитва (Церква)	9
Шопінг (робити покупки)	8
Співати пісні	7
Займатися спортом	7
Перемоги улюбленої команди	6
Танцювати	5
Усамітнення	5
Навчання	4
Театр	4
Алкоголь	3
Азартні ігри	2

Жінки	Чоловіки
69	63
59	46
36	47
28	35
26	28
18	24
24	15
18	19
17	19
19	14
16	17
15	17
18	13
16	13
14	15
11	16
7	19
13	12
14	10
6	13
13	5
12	4
9	5
4	10
2	10
5	4
5	4
4	3
5	2
1	5
	4

Місто	Село
66	66
52	57
42	39
32	28
28	26
21	19
19	24
19	17
20	13
16	19
17	16
15	17
13	20
15	14
15	13
13	13
13	11
12	13
14	9
12	4
8	11
9	6
6	10
8	4
6	6
5	5
5	4
4	3
4	2
2	3
2	2



Матриця РАДОСТІ



Соціологічна група «Рейтинг» спеціалізується на проведенні різних соціологічних досліджень із дотриманням усіх міжнародних стандартів, затверджених кодексами ESOMAR та WAPOR.

Зокрема, на постійній основі здійснює загальнонаціональні та регіональні політичні, тематичні, маркетингові та медіа дослідження.

**тел.: +380 (44) 353-99-07
тел.: +380 (32) 253-68-87
info@ratinggroup.com.ua
www.ratinggroup.com.ua**



Всі права на матеріал належать соціологічній групі «Рейтинг» © 2007-2011