

DAN ZALJUBLJENIH

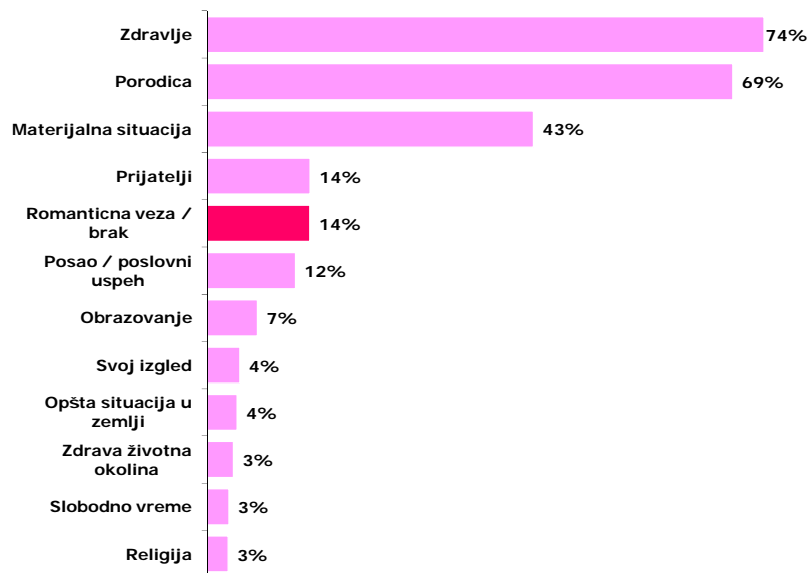
Povodom 14. februara Dana zaljubljenih, svetskog praznika ljubavi, Mediana Adria objavljuje deo rezultata TGI istraživanja iz 2010 godine, koji se odnose na stav stanovnika Srbije prema ljubavi i romantici. Istraživanje je sprovedeno u dva talasa na reprezentativnom uzorku od 5000 ispitanika starosti od 15 do 69 godina.

TGI (Target Group Index) ili Indeks Ciljne Grupe je jedinstven oblik istraživanja tržišta i predstavlja globalni standard za tzv. single source istraživanja na velikim, sjedinjenim uzorcima.

U proteklih godinu dana uglavnom su egzistencijalna i tradicionalna pitanja zaokupljala našu populaciju. Više od polovine građana Srbije je navelo da su im najvažniji zdravlje i porodica, dok je nešto manje od polovine navelo materijalnu situaciju.

Kod većine građana Srbije romantična veza kao jedan od aspekata života ne igra bitnu ulogu. Samo 14% ili sedmina populacije je ovaj aspekt navela kao jedan od tri najvažnija u svom životu.

ŽIVOTNI ASPEKTI

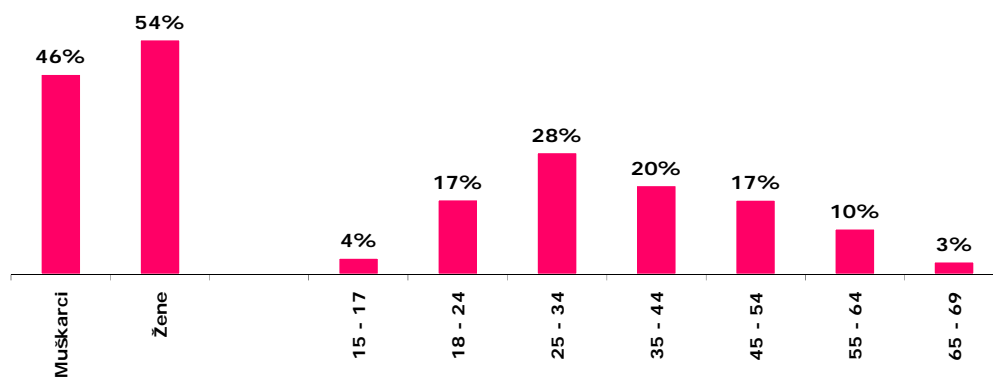


Ipak lepo je znati da među nama postoje oni kod kojih romantična osećanja nisu skroz potisnuta brigom o egzistenciji i stalnoj trci za materijalnim dobitkom. Velika većina romantika u Srbiji se slaže sa stavom da u brak treba ući samo sa osobom u koju si zaljubljen (81%) i da je važno imati dugu vezu sa jednim partnerom (71%). Većina romantika želi da bude privlačna suprotnom polu (67%).

Ko su ustvari naši romantici?

Što se polne i starosne strukture tiče tu nema mnogo iznenađenja, više od proseka se sa ovim stavom slažu žene kao i mlađi predstavnici populacije od 18 do 34 godina.

ROMANTICI - DEMOGRAFIJA

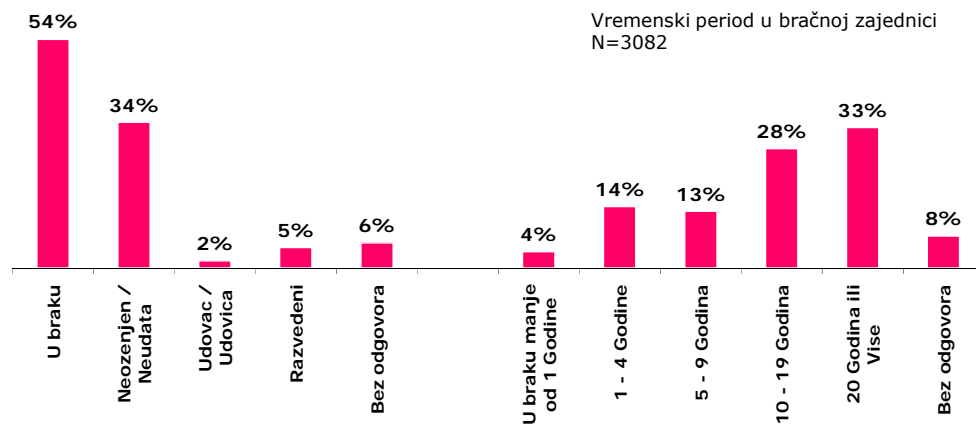


Izvor: Serbia TGI 2010

Po pitanju obrazovanja i tipa naselja deo romantične populacije čine ispitanici koji imaju visoko obrazovanje i stanovnici gradskih naselja.

Ono što je zanimljivo je da su po pitanju bračnog statusa i godina provedenih u bračnoj zajednici romantici oni koji još uvek nisu zakoračili u bračne vode i oni koji su u braku manje od pet godina.

ROMANTICI – BRAČNI STATUS



Mediana
Beyond numbers

TGI
MEDIANAADRIA

Institut za istraživanje tržišta i medija
Institut for Market and Media Research

Izvor: Serbia TGI 2010

Izgleda da egzistencijalni i materijalni problemi nisu jedini krivci za nestajanje romantike. Prema ovim podacima, brakovi počinju na romantičnoj vezi ali se i ne nastavljaju na njoj.

Hvala na poverenju!
Mediana Adria