

ŠTO JE PROMIJENILA KAMPANJA "BIRAJMO ŠTO GLEDAMO"?

Rezultati istraživanja provedenih 2014. i 2016. godine



KOLIKO DJECA GLEDAJU TELEVIZIJU prema procjeni roditelja

2016.

31% gleda TV do sat vremena dnevno
57% djece dnevno provede 1-3 sata pred TV-om

2014.

33% djece gleda TV do sat vremena dnevno
56% djece dnevno provede 1-3 sata ispred TV-a

Prema podacima o gledanosti djeca gledaju TV oko 3 sata dnevno. Gledanje TV-a pada kod djece starije od 13 godina u odnosu na istraživanje iz 2014. godine.*



KADA prema procjeni roditelja

42% navečer (porastao udio djece 13 do 15 godina)
27% poslijepodne (porastao je udio djece 4-9 godina)
9% rano ujutro (porastao je udio djece 0-6 godina, a smanjio se udio starije djece)

39% navečer (najviše djeca 10-17 godina)
27% poslijepodne
11% rano ujutro (najviše djeca do 3 godine)

Prema podacima o gledanosti sve dobne skupine djece najviše gledaju TV od 21 do 22 sata.*



S KIM DJECA GLEDAJU TELEVIZIJU

51% s anketiranim roditeljem
46% s bratom ili sestrom
11% samo

57% s anketiranim roditeljem
55% s bratom ili sestrom
35% samo

Djeca najčešće gledaju TV u društvu obitelji, roditelja i/ili brata/sestre. U značajno manjoj mjeri televiziju gledaju sami. Djeca u dobi 16-17 godina TV češće gledaju sami, dok ga djeca do 6 godina češće gledaju u društvu roditelja.



PREPOZNAVANJE OZNAKA o dobnoj primjerenosti sadržaja na TV-u

93%

12, 15, 18	8, 10, 12, 14	6, 9, 12, 15	Ne znam	Nisam primjetio/la
77%	3%	3%	18%	7%

89%

12, 15, 18	8, 10, 12, 14	6, 9, 12, 15	Ne znam	Nisam primjetio/la
69%	2%	2%	16%	11%

Oko 4/5 ispitanika točno prepoznaje granice koje se u Hrvatskoj koriste za označavanje primjerenosti sadržaja – značajno više u odnosu na prošli val.



TKO ODLUČUJE

45% s anketiranim roditeljem
36% svi zajedno dogovorom
35% drugi roditelj
13% samo

47% anketirani roditelj
39% svi zajedno dogovorom
33% drugi roditelj
21% samo

Mlađoj djeci, do 6 godina starosti, roditelji češće odlučuju o sadržaju koji će pratiti, dok starija djeca (od 13 do 17 godina) češće sama biraju sadržaj koji će gledati. Oko 2/3 roditelja uvijek ili često odlučuje o sadržaju koji dijete smije ili ne smije gledati.

PREPOZNTALJIVOST KAMPANJE O MEDIJSKOJ PISMENOSTI

Više od polovice roditelja zamijetilo je kampanju o medijskoj pismenosti (**57%**)
Roditelji su je najviše vidjeli na televiziji (**44%**) te na internetu (**10%**)

KORISNOST KAMPANJE O MEDIJSKOJ PISMENOSTI

67% roditelja koji su zamijetili kampanju smatraju da je kampanja o medijskoj pismenosti korisna.