

RODITELJI DJECE 4-17 GODINA U CRNOJ GORI TOKOM KORONAVIRUS KRIZE

29. april, 2020.

Istraživanje javnog mnjenja u Crnoj Gori je
sproveo IPSOS uz podršku [UNICEF Crna Gora](#)



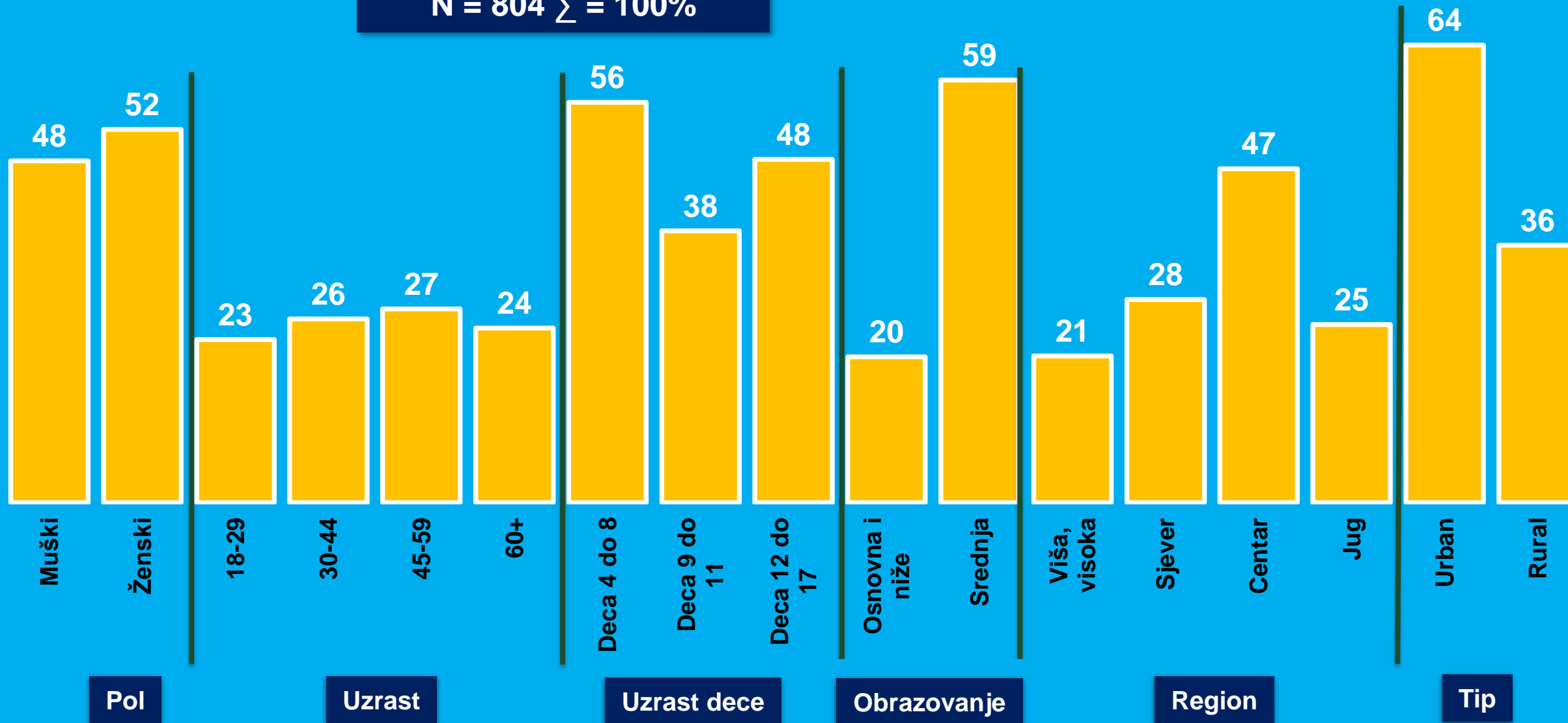
METODOLOGIJA

Realizacija:	Prikupljanje podataka obavljeno od 25.04.– 29.04. 2020. godine
Uzorački okvir:	Populacija roditelja ili staratelja djece starosti od 4 do 17 godina u Crnoj Gori
Veličina uzorka:	804 ispitanika
Tip uzorka:	Jednoetapni reprezentativni stratifikovani uzorak Ispitanici u okviru domaćinstva
Tip istraživanja:	Telefonsko istraživanje sa upitnikom prosečne dužine 15 minuta
Mesta istraživanja:	23 opštine iz Crne Gore, gradske, prigradske i seoske životne sredine
Poststratifikacija:	Po regionu, uzrastu
Greška:	±1.57% za pojave sa incidencom od 5% ±3.10% za pojave sa incidencom od 25% ±3.59% za pojave sa incidencom od 50% (<i>marginalna greška</i>)

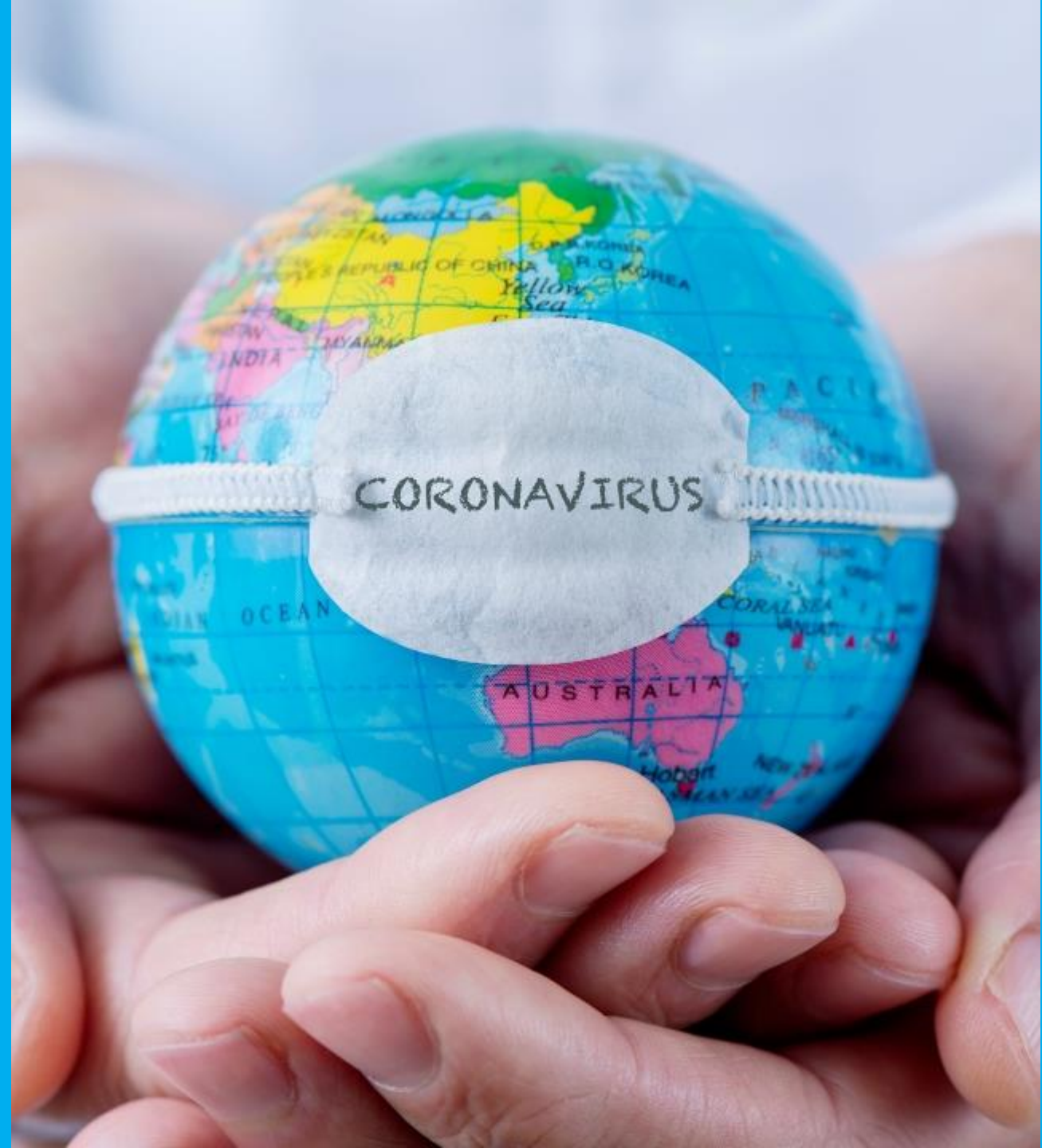
UZORAK

APRIL 2020

N = 804 Σ = 100%



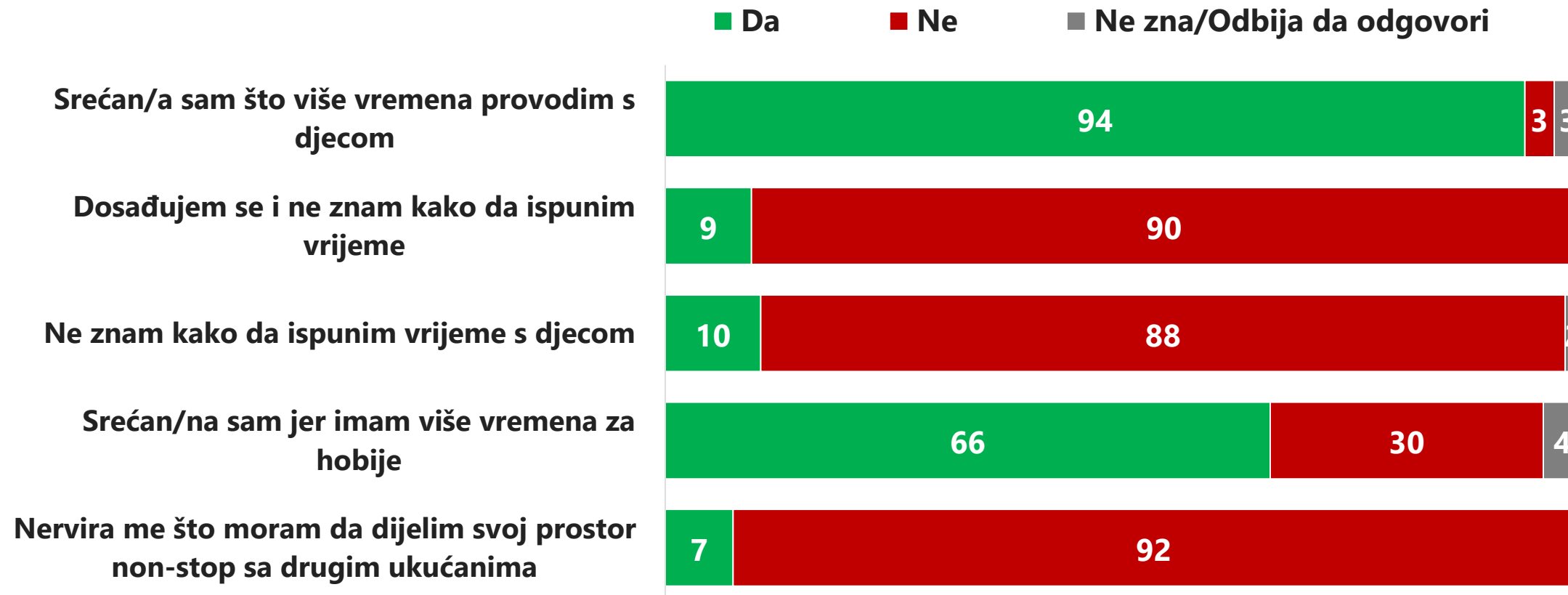
REZULTATI



TOKOM OVOG PERIODA...

Većina roditelja djece od 4 do 17 godina u Crnoj Gori je srećna što tokom ovog perioda više vremena provodi s djecom i baveći se hobijima. Tek svaki deseti roditelj se tokom ovog perioda dosađuje ili ne zna kako da ispuni vrijeme s djecom.

Podaci su u %



Tokom ovog perioda...

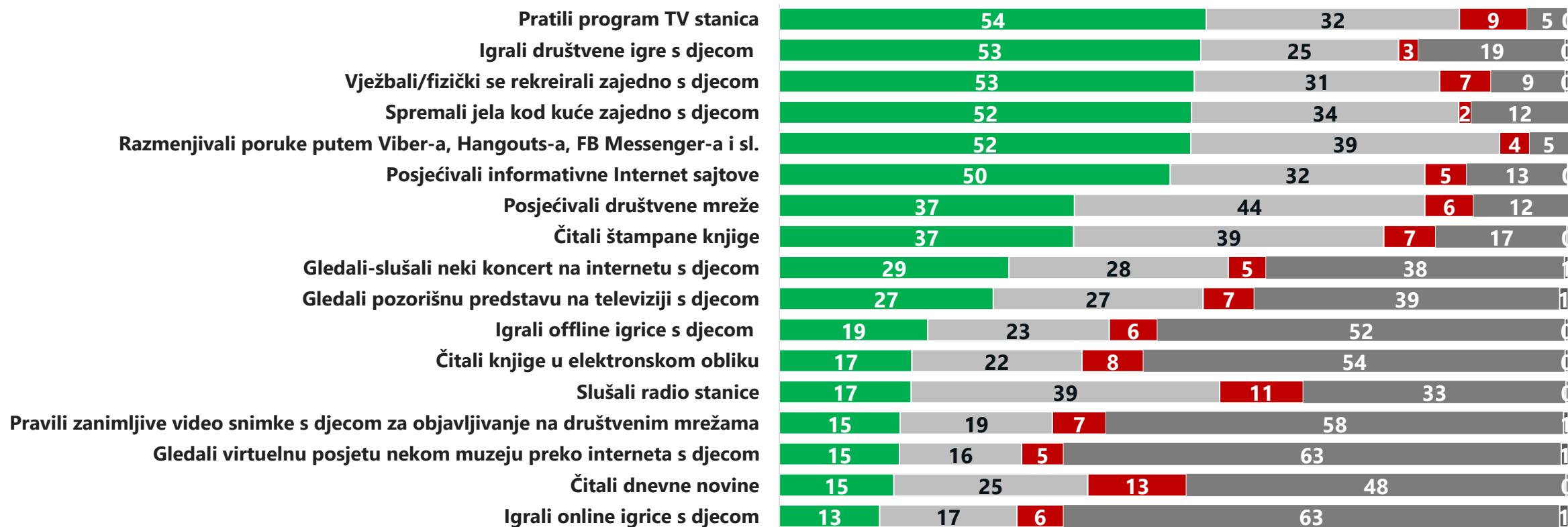
Baza: Ukupna ciljna populacija, N= 804

ŠTA RADE OD KADA TRAJE KRIZA S KORONAVIRUSOM

Kada su u pitanju aktivnosti sa djecom, roditelji djece od 4 do 17 godina tokom ovog perioda više nego ranije igraju sa njima društvene igre, vježbaju i spremaju jela zajedno. Što se tiče vremena za sebe, većina roditelja više nego ranije prati TV program, razmjenjuje poruke preko odgovarajućih aplikacija i čita vijesti na internetu.

Podaci su u %

■ Više nego ranije ■ Isto kao i ranije ■ Manje nego ranije ■ Ne odnosi se na mene ■ Ne znam



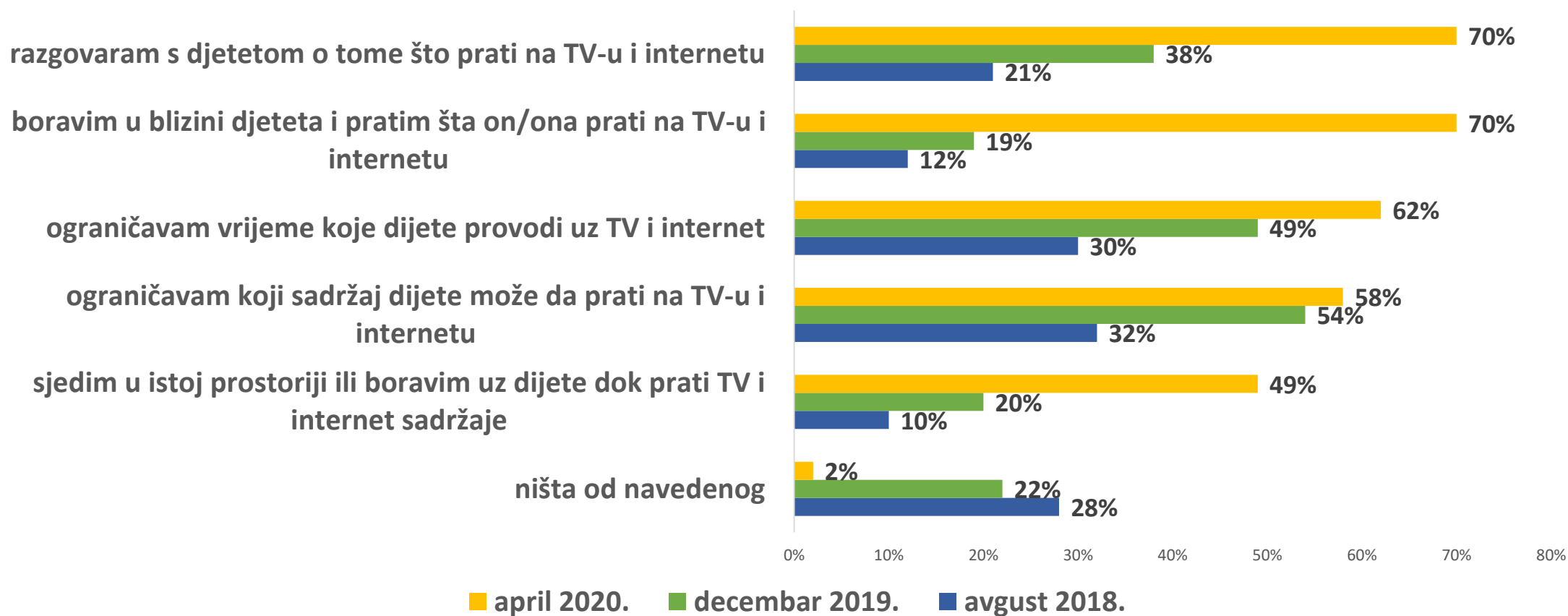
Da li ste u proteklih par nedelja, od kada traje kriza vezana za Korona virus...

Baza: Ukupna ciljna populacija, N= 804

MEDIJSKA PISMENOST

Kada je u pitanju korišćenje televizije i interneta od strane djece, 7 od 10 roditelja navodi da razgovaraju s djetetom o tome što prati ili borave u njegovoj blizini i nadgledaju što dijete prati na TV-u i internetu. Registruje se značajno povećanje ovakvog ponašanja roditelja u odnosu na prethodni period kao rezultat kontinuirane kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“.

Podaci su u %



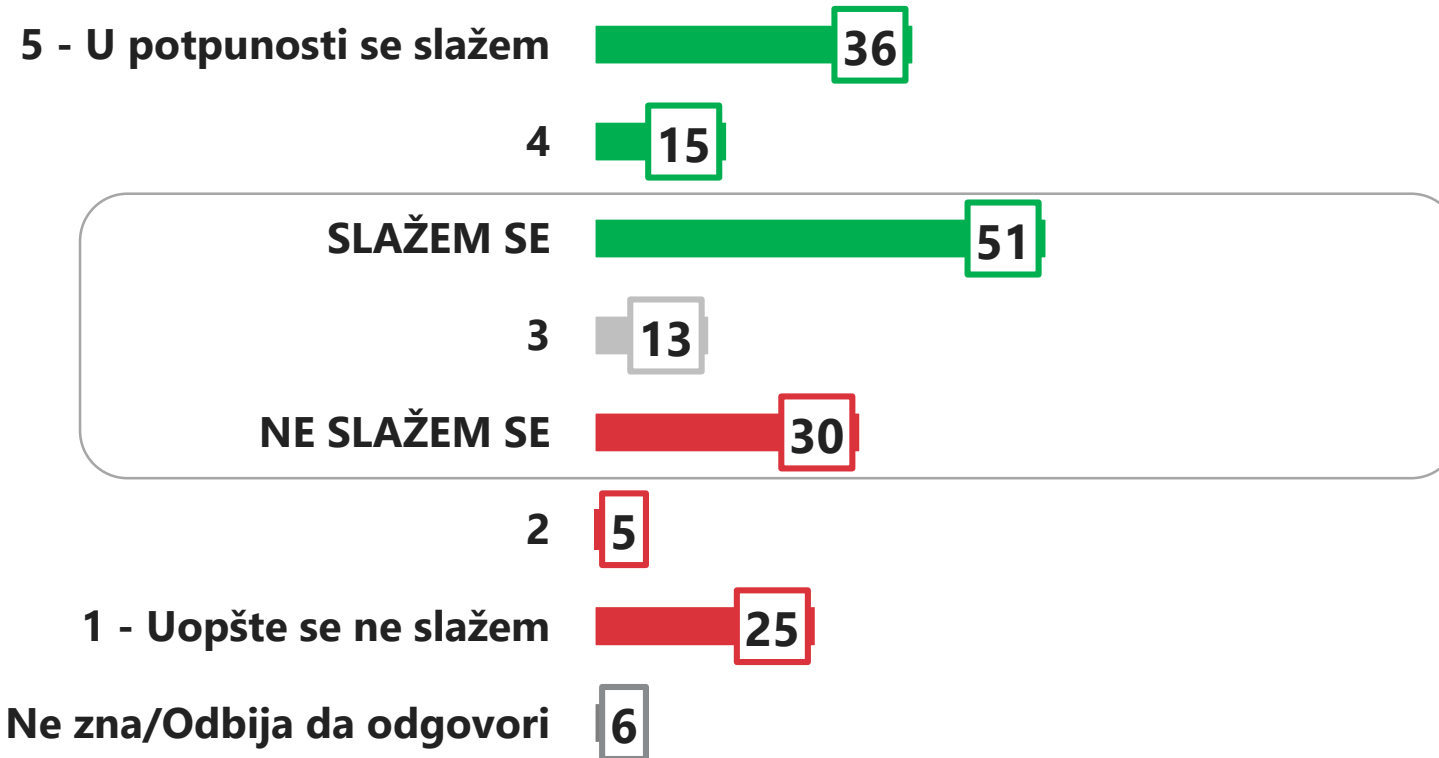
Šta od navedenog praktikujete kada je u pitanju korišćenje medija od strane Vašeg djeteta?

Baza: Ukupna ciljna populacija, N= 804

BRIGA O DJECI PREDŠKOLSKOG UZRASTA TOKOM KORONA KRIZE

Svaki drugi roditelj smatra da je briga o djeci predškolskog uzrasta kod kuće tokom korona krize izazov za roditelje.

Podaci su u %



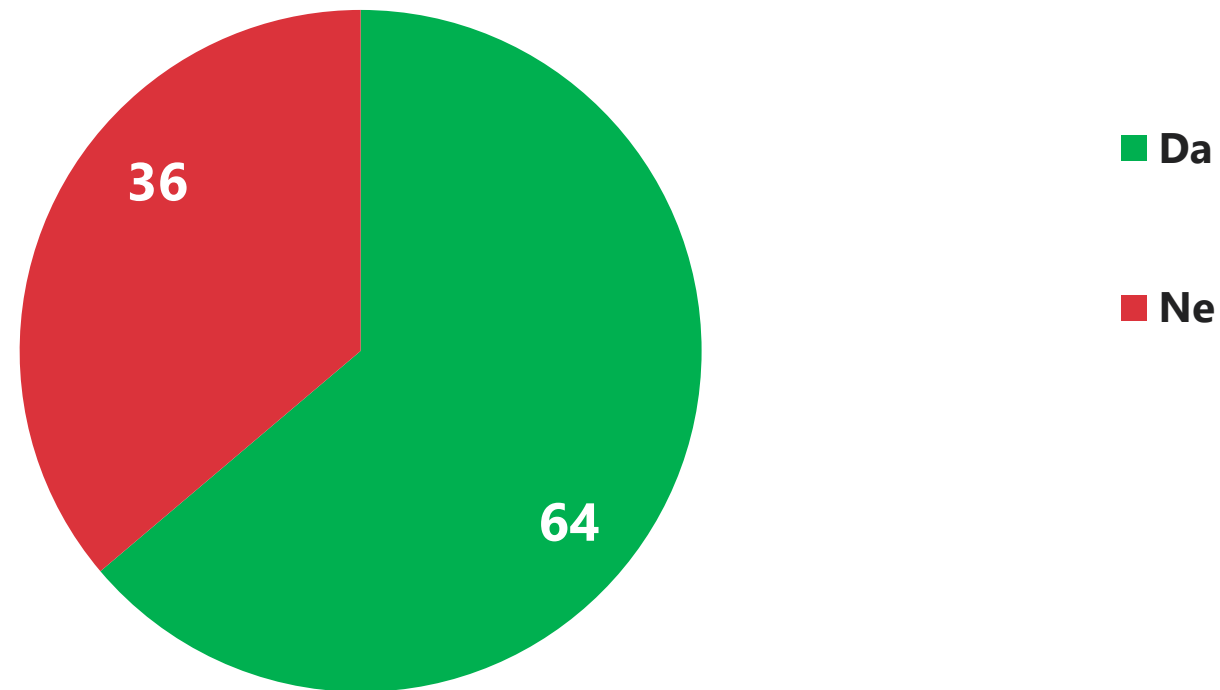
U kojoj mjeri se slažete sa tvrdnjom da je: Briga o djeci predškolskog uzrasta kod kuće tokom korona krize izazov za roditelje? Molimo Vas da stepen slaganja ocijenite na skali od 1 do 5, gdje 1 znači da se uopšte ne slažete, a 5 da se u potpunosti slažete.

Baza: Ukupna ciljina populacija. N= 804

VIDLJIVOST AKCIJE #IgrajSeDoma

Gotovo dvije trećine roditelja djece od 4 do 17 godina je čulo za akciju #IgrajSeDoma.

Podaci su u %



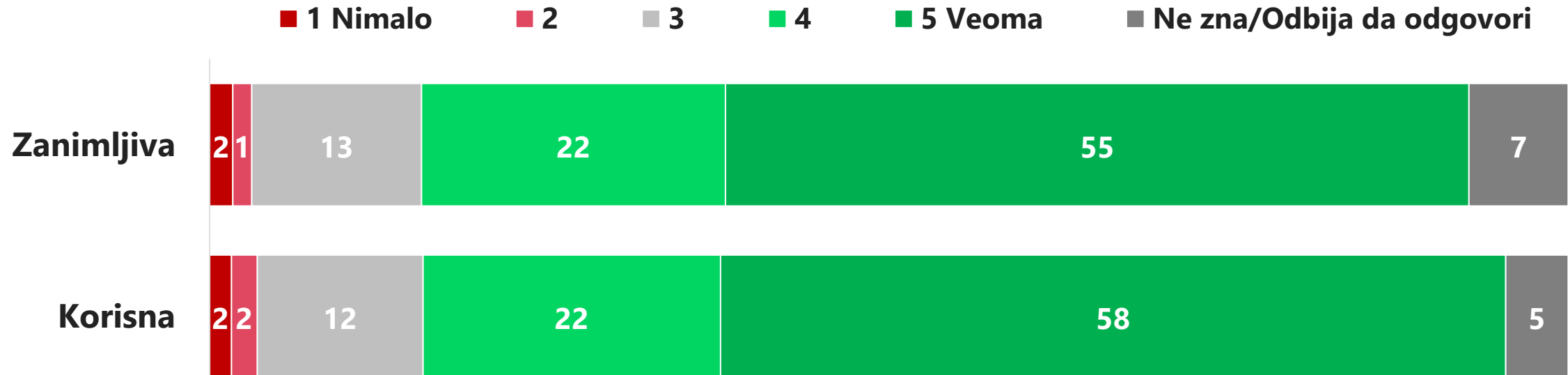
Jeste li čuli za akciju #IgrajSeDoma koju su pokrenuli UNICEF, Udruženje roditelja i Ministarstvo prosvjete i kroz koju roditelji i vaspitači dijele kratke video snimke raznih igara kod kuće za djecu predškolskog uzrasta?

Baza: Ukupna ciljna populacija, N= 804

UTISAK O AKCIJI #IgrajSeDoma

Više od tri četvrtine roditelja djece od 4 do 17 godina, koji su čuli za akciju #IgrajSeDoma, smatraju da je ona zanimljiva i korisna.

Podaci su u %



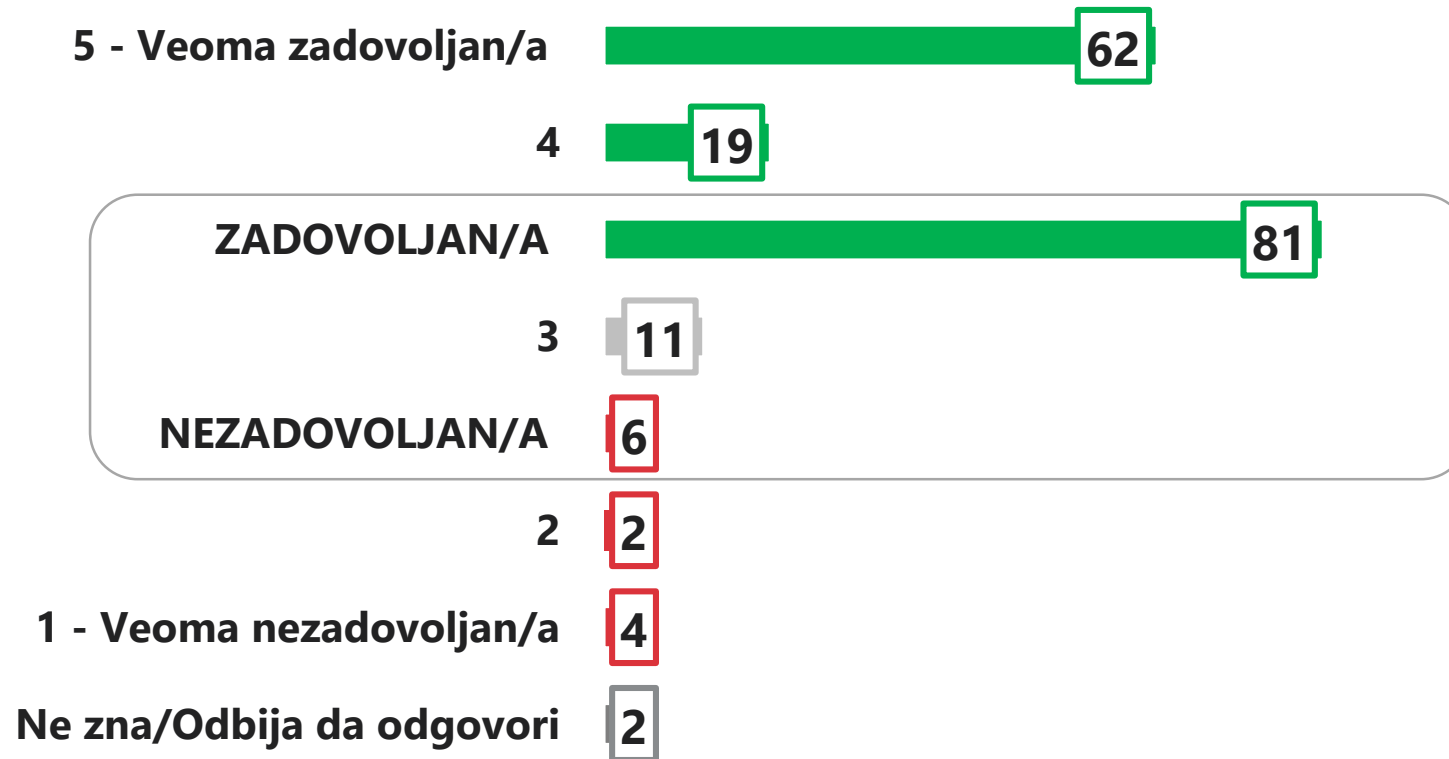
Kako Vam se čini ova akcija? Molimo Vas da na skali od 1 do 5, gdje 1 znaci Nimalo a 5 Veoma ocijenite da li je...

Baza: Ukupna ciljna populacija, N= 510

REAKCIJA OBRAZOVNIH USTANOVA NA KORONA KRIZU

Više od tri petine roditelja je veoma zadovoljno kako su škole i vrtići reagovali na krizu sa koronavirusom.

Podaci su u %



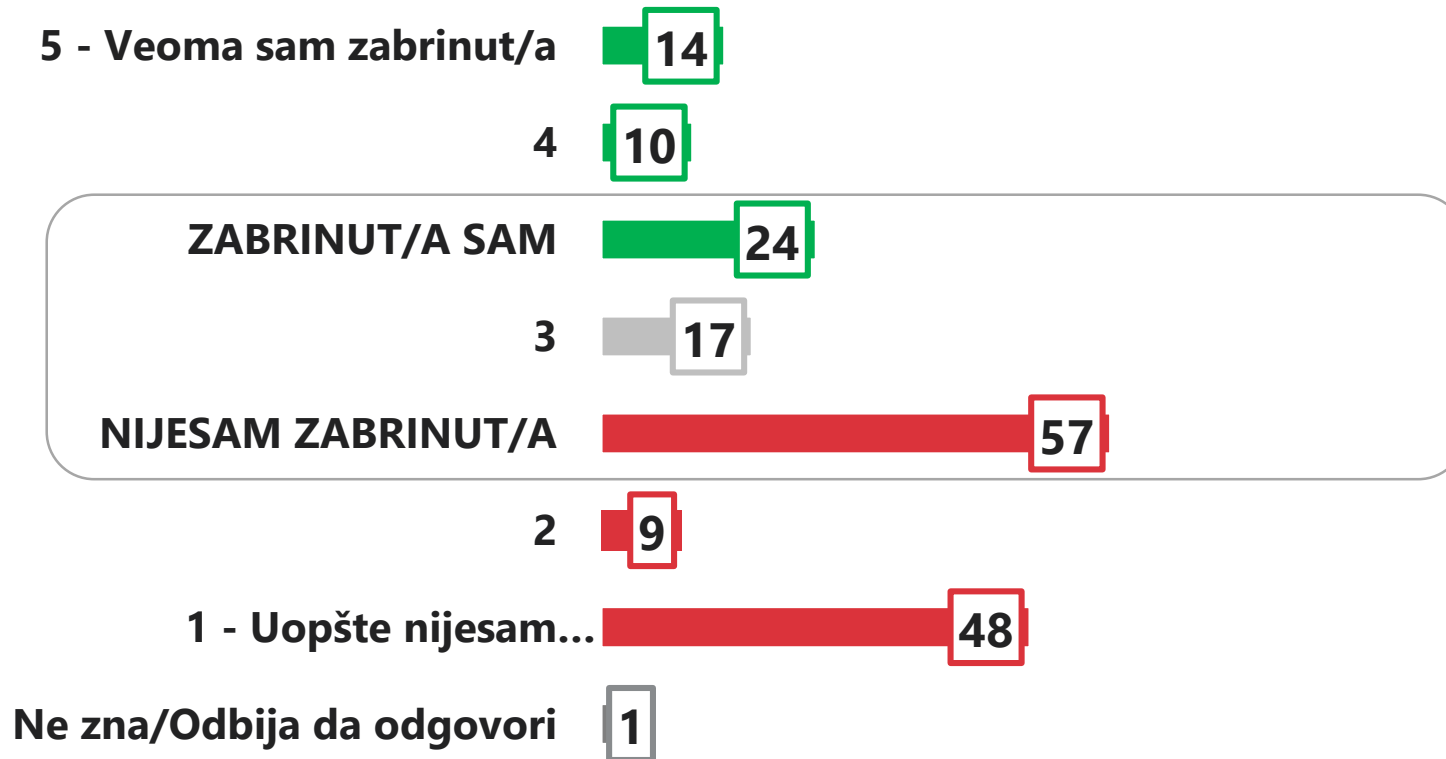
Generalno koliko ste zadovoljni kako je škola ili vrtić Vašeg djeteta/Vše djece reagovala na krizu s koronavirusom? Molimo Vas da stepen zadovoljstva ocijenite na skali od 1 do 5, gdje 1 znači da ste veoma nezadovoljni, a 5 da ste veoma zadovoljni.

Baza: Ukupna ciljina populacija. N= 804

ZABRINUTOST ZA RADNE NAVIKE DJECE

Gotovo polovina roditelja djece od 4 do 17 godina uopšte nije zabrinuta da će djeca izgubiti radne navike zbog zatvaranja škola i vrtića.

Podaci su u %



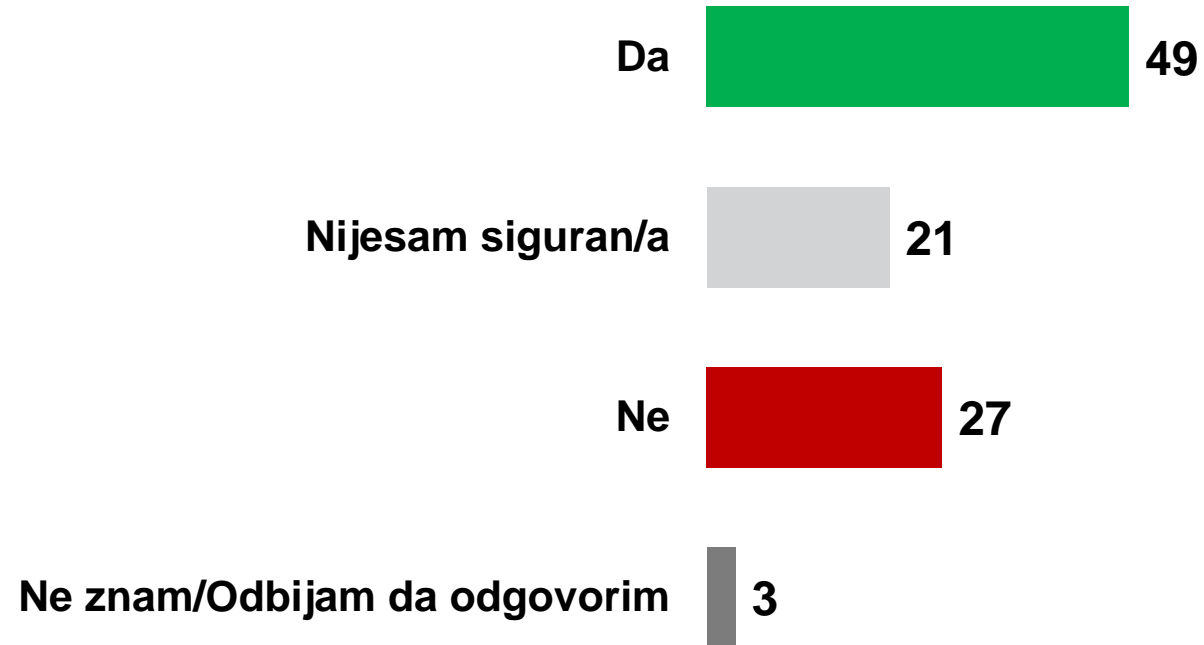
Koliko ste zabrinuti da će Vam dijete/djeca izgubiti radne navike zbog zatvaranja škola-vrtića? Molimo Vas da stepen zabrinutosti ocijenite na skali od 1 do 5, gdje 1 znači da uopšte nijeste zabrinuti, a 5 da ste veoma zabrinuti.

Baza: Ukupna ciljna populacija, N= 804

NASTAVNI SADRŽAJ NA TELEVIZIJI I INTERNETU NAKON KRIZE

Polovina roditelja smatra da treba nastaviti sa stvaranjem nastavnog sadržaja na televiziji i internetu i nakon korona krize.

Podaci su u %



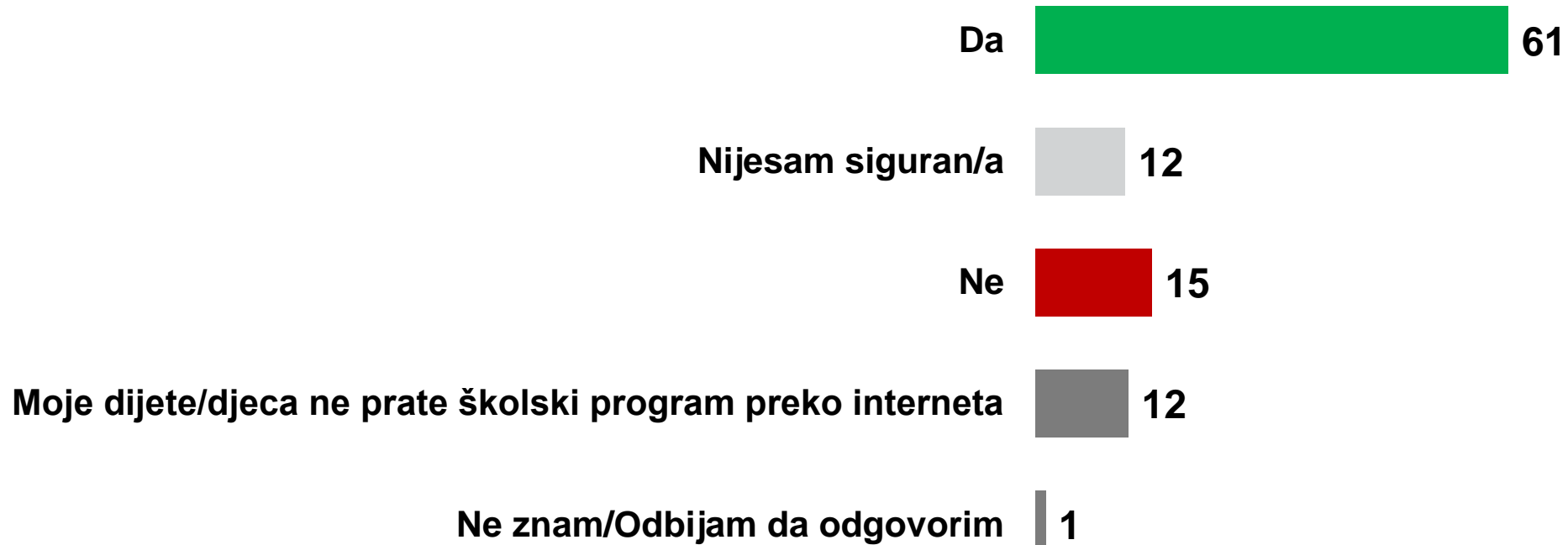
Po Vašem mišljenju, da li treba nastaviti sa stvaranjem nastavnog sadržaja na televiziji i internetu nakon korona krize kako bi se poboljšao kvalitet nastave?

Baza: Ukupna ciljna populacija, N= 804

KORIŠĆENJE NOVIH TEHNOLOGIJA ZA PRAĆENJE ŠKOLSKOG PROGRAMA

Šest od deset roditelja djece od 4 do 17 godina smatra da su njihova djeca naučila bolje da koriste nove tehnologije kako bi pratili školski program preko interneta.

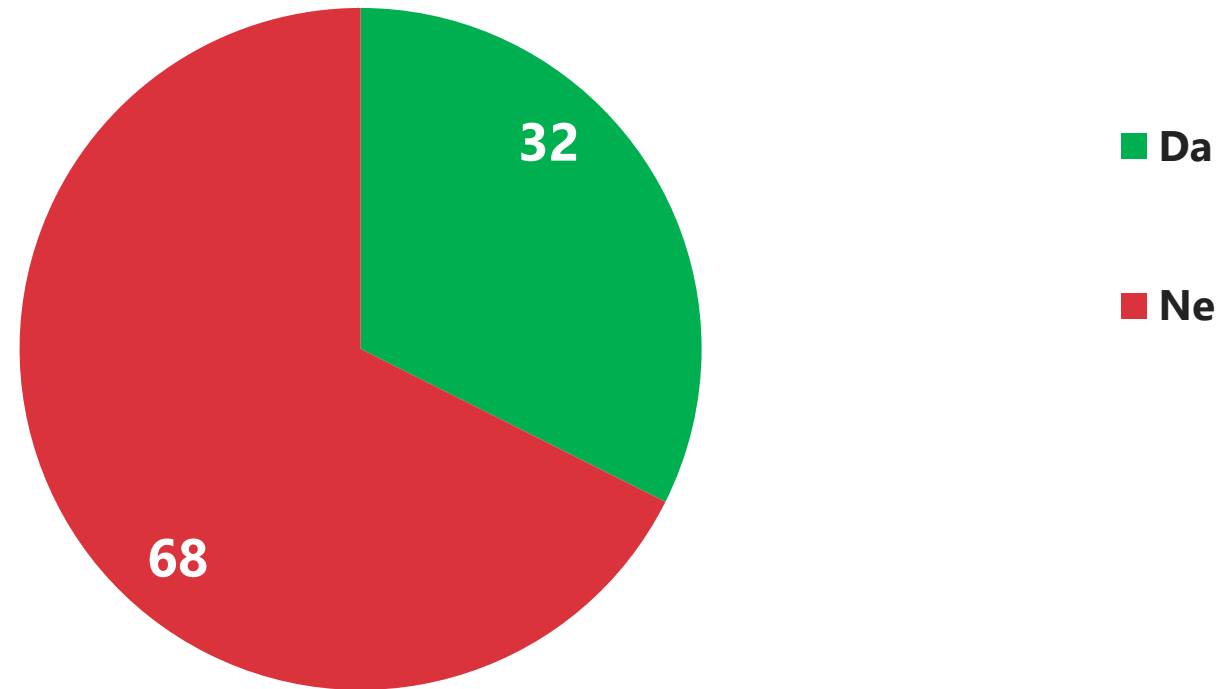
Podaci su u %



VIDLJIVOST UNICEF-ovih MLADIH REPORTERA

Svaki treći roditelj je primjetio UNICEF-ove mlade reportere na društvenim mrežama i ostalim medijima.

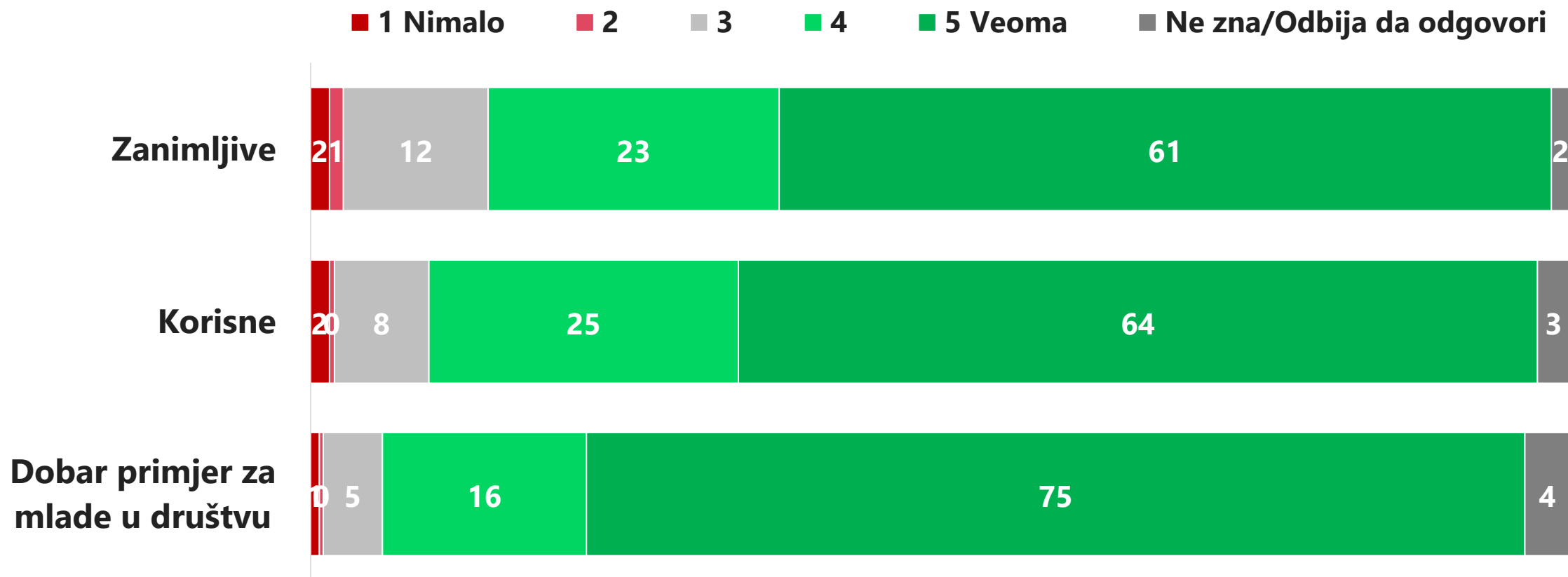
Podaci su u %



UTISAK O UNICEF-ovim MLADIM REPORTERIMA

Većina roditelja djece od 4 do 17 godina koji su čuli za UNICEF-ove mlade reportere vrlo pozitivno ocjenjuju njihove akcije. 91% roditelja smatra ih dobrim primjerom za mlade u društvu.

Podaci su u %



Kako Vam se čine ove akcije UNICEFovih volontera? Molimo Vas da na skali od 1 do 5, gdje 1 znaci Nimalo a 5 Veoma ocijenite da li su ove akcije...
Baza: Oni koji su primijetili UNICEF-ove mlade reportere tokom krize s koronavirusom na društvenim mrežama i ostalim medijima, N= 261

**OVO ISTRAŽIVANJE U CRNOJ GORI JE SPROVEO
IPSOS UZ PODRŠKU UNICEF CRNA GORA**

O IPSOSU

Ipsos je treći po rangu u globalnoj istraživačkoj industriji. Prisutan je u 87 zemalja sa više od 16 000 zaposlenih, što nam omogućava da izvodimo projekte istraživanja u više od 100 zemalja. Ipsos je osnovan u Francuskoj 1975. godine, a vode ga profesionalci specijalizovani za istraživanja. Oni su sagradili čvrstu grupaciju koja obuhvata različite oblasti: istraživanje medija i advertajzinga; istraživanje u marketingu; upravljanje odnosom sa klijentima i zaposlenima; istraživanja javnog mnjenja; prikupljanje i isporuka podataka putem mobilnog telefona, online i offline.

Ipsos se nalazi na listi Eurolist - NYSE-Euronext. Kompanija je deo SBF 120 i Mid-60 indeksa i kvalifikovana je za Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA,
Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

MENJAMO IGRU

Mi u Ipsosu smo istinski zainteresovani za ljude, tržišta, brendove i društvo. Pružamo informacije i analize koje čine naš složeni svet lakšim i bržim za snalaženje i inspirišu naše klijente da donose bolje odluke.

Verujemo da je naš rad važan. Sve što mi radimo je sigurno, jednostavno, brzo i suštinsko.

Mi nudimo našim klijentima jedinstveno dubinsko znanje i ekspertizu kroz specijalizaciju. Perspektivu stičemo kroz učenje iz različitih iskustava, koja nas inspirišu da hrabro preispitujemo stvari i da budemo kreativni.

Negujući kulturu saradnje i radoznalosti, privlačimo najkvalitetnije ljude koji su sposobni i motivisani da oblikuju i menjaju budućnost.

Naš slogan „MENJAMO IGRU“ u najkraćem opisuje našu ambiciju.