



The Newton Research Europe
market research agency

Medijske navike djece i stavovi roditelja

o izloženosti djece televizijskom
oglašavanju hrane i pića čije se
prekomjerno konzumiranje ne
preporučuje

Cjelovito izvješće za prosinac 2021. godine

Pripremljeno za Agenciju za elektroničke medije (AEM)

Sadržaj



DIO 01

Ciljevi
istraživanja i
pristup

DIO 02

Stavovi
roditelja u
vezi
oglašavanja

DIO 03

Medijske
navike djece

DIO 04

Demografski
podaci
ispitanika





DIO 01

Ciljevi istraživanja i pristup provedbi istraživanja

Ciljevi istraživanja i pristup



- CATI (engl. *computer-assisted telephone interviewing*)
- nasumično istraživanje telefonskom anketom
- vrijeme trajanja: oko 20 minuta



- ukupno je prikupljeno 837 odgovora
- konačna analiza uključuje obradu 806 ispitanika koji imaju djecu mlađu od 17 godina
- N = 806; 1420 djece



- istraživanje je provedeno u studenom 2021. godine
- prikupljanje podataka trajalo je oko tri tjedna



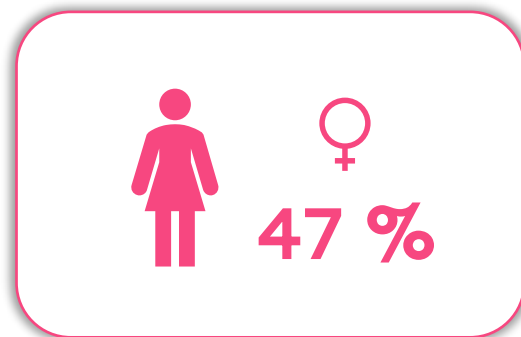
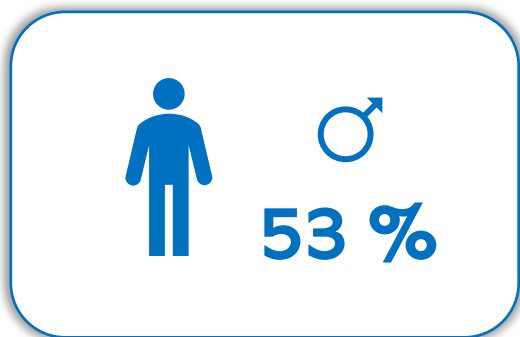
- analizirati stavove roditelja o izloženosti djece televizijskom oglašavanju hrane i pića čije se prekomjerno konzumiranje ne preporučuje i ocijeniti medijske navike djece do 17 godina starosti



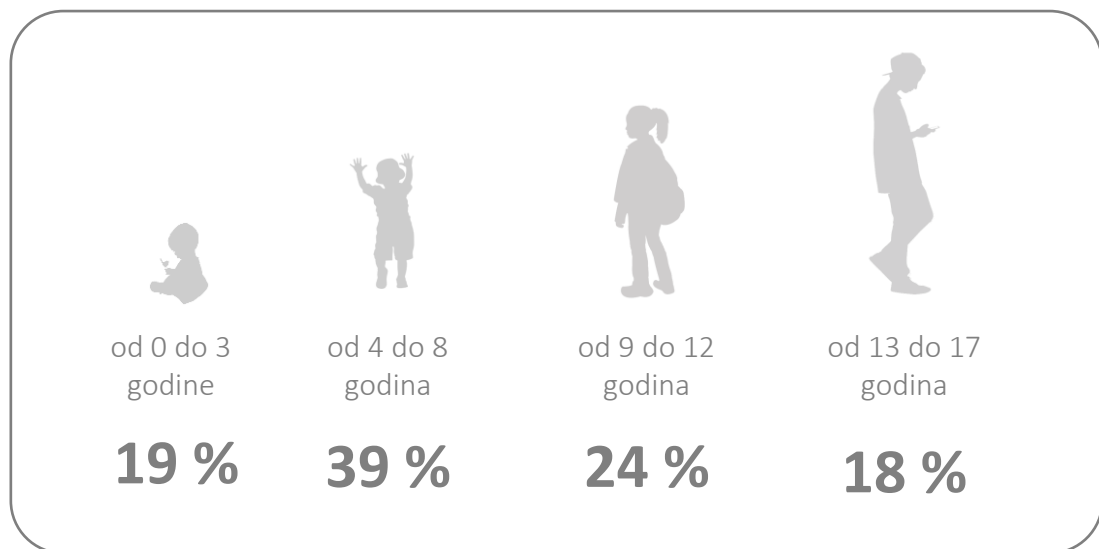
Struktura uzorka



- Uzorak obuhvaća 806 ispitanika koji su u svojstvu roditelja, brate/sestre, bake/djeda ili rodbine djeteta do 17 godina starosti



- Više od polovine djece (53%) obuhvaćene istraživanjem jesu muška djeca u dobi od 0 do 17 godina.
- Ispitanici u prosjeku imaju 1,76 djece
- Prema dobnoj strukturi najveći je udio djece koja imaju od 4 do 8 godina (39 %), a najmanje one stare između 13 i 17 godina (18 %)



DIO 02

Stavovi roditelja u vezi oglašavanja hrane i pića čije se prekomjerno konzumiranje ne preporučuje

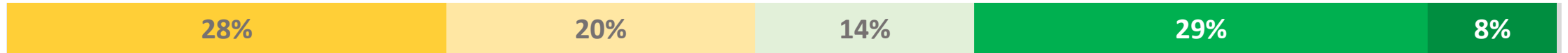


Zabrinutost ispitanika zbog oglašavanja prehrambenih proizvoda



Razina zabrinutosti ispitanika zbog oglašavanja prehrambenih proizvoda u vrijeme dok djeca gledaju televiziju

■ Uopće nisam zabrinut/a
 ■ Malo sam zabrinut/a
 ■ Niti sam zabrinut/a niti nisam zabrinut/a
 ■ Donekle sam zabrinut/a
 ■ Vrlo sam zabrinut/a
 ■ n/a



- Na ukupnoj razini **37 %** ispitanika donekle je i vrlo zabrinuto zbog oglašavanja prehrambenih proizvoda

Razina zabrinutosti ispitanika prema broju djece

	Donekle i vrlo zabrinuti (%)	Prosjek zabrinutosti	Medijan
	32%	2,54	2
	42%	2,83	3
	39%	2,73	3
	41%	2,91	3
	0%	2,00	2
Ukupno	37%	2,69	3

Razina zabrinutosti ispitanika prema završenoj razini obrazovanja*

osnovna škola	srednja škola	visoka škola / fakultet	poslijediplomski studij
64%	36%	38%	43%
3,57	2,70	2,66	2,86

* Donekle i vrlo zabrinuti (%) i prosječna ocjena zabrinutosti

Razina zabrinutosti prema spolu*

muški	ženski
33 %	39 %
2,57	2,75

- Na ljestvici od 1 (uopće nisam zabrinut/a) do 5 (vrlo sam zabrinut/a) prosječna ocjena zabrinutosti ispitanika jest **2,69**
- Najzabrinutiji su ispitanici s dvoje (42 %) i četvero djece (41 %), a koji imaju i najveću prosječnu ocjenu zabrinutosti
- Prema stupnju obrazovanja najveću razinu zabrinutosti iskazali su ispitanici sa završenom osnovnom školom (64 %) i poslijediplomskim studijem (43%)

Ocjene su kvantificirane kako slijedi: uopće nisam zabrinut/a (1); malo sam zabrinut/a (2); niti sam zabrinut/a niti nisam zabrinut/a (3); donekle sam zabrinut/a (4); vrlo sam zabrinut/a (5)

B001 U kojoj ste mjeri, ako ste uopće, zabrinuti zbog oglašavanja prehrambenih proizvoda u vrijeme dok djeca gledaju televiziju?



Zabrinutost ispitanika zbog oglašavanja NEZDRAVIH prehrambenih proizvoda



Razina zabrinutosti ispitanika zbog oglašavanja NEZDRAVIH prehrambenih proizvoda u vrijeme dok djeca gledaju televiziju

■ Uopće nisam zabrinut/a
 ■ Malo sam zabrinut/a
 ■ Niti sam zabrinut/a niti nisam zabrinut/a
 ■ Donekle sam zabrinut/a
 ■ Vrlo sam zabrinut/a
 ■ n/a



- Na ukupnoj razini **62 %** ispitanika donekle je i vrlo zabrinuto zbog oglašavanja nezdravih prehrambenih proizvoda

Razina zabrinutosti ispitanika prema broju djece

Broj djece	Donekle i vrlo zabrinuti (%)	Prosječna zabrinutost	Medijan
1	56%	3,39	4
2	67%	3,60	4
3	61%	3,37	4
4	86%	4,18	4
5	67%	4,00	5
Ukupno	62%	3,50	4

Razina zabrinutosti ispitanika prema završenoj razini obrazovanja*

Razina obrazovanja	Donekle i vrlo zabrinuti (%)	Prosječna zabrinutost
osnovna škola	86%	4,21
srednja škola	61%	3,55
visoka škola / fakultet	62%	3,41
poslijediplomski studij	86%	4,43

* Donekle i vrlo zabrinuti (%) i prosječna ocjena zabrinutosti

Razina zabrinutosti prema spolu*

Spol	Donekle i vrlo zabrinuti (%)	Prosječna zabrinutost
muški	52 %	3,25
ženski	66 %	3,61

- Na ljestvici od 1 (uopće nisam zabrinut/a) do 5 (vrlo sam zabrinut/a) prosječna ocjena zabrinutosti ispitanika jest **3,50** što je značajno veća prosječna ocjena u odnosu na općenitu zabrinutost oko oglašavanja hrane
- Najzabrinutiji su ispitanici s četvero djece (41 %), a koji imaju i najveću prosječnu ocjenu zabrinutosti
- Prema stupnju obrazovanja najveću razinu zabrinutosti iskazali su ispitanici sa završenom osnovnom školom (86 %) i poslijediplomskim studijem (86 %)

Ocjene su kvantificirane kako slijedi: uopće nisam zabrinut/a (1); malo sam zabrinut/a (2); niti sam zabrinut/a niti nisam zabrinut/a (3); donekle sam zabrinut/a (4); vrlo sam zabrinut/a (5)

B002 U kojoj ste mjeri, ako ste uopće, zabrinuti zbog oglašavanja NEZDRAVIH* prehrambenih proizvoda u vrijeme dok djeca gledaju televiziju?

* nezdravi prehrambeni proizvodi uključuju slastice, zaslađene i gazirane napitke, brzu hranu, industrijski prerađene proizvode, slane grickalice



Točnost informacija o oglašavanoj hrani na televiziji



Točne informacije o prehrambenoj kvaliteti proizvoda koji se reklamira

■ Nimalo ■ Malo ■ Donekle ■ Puno ■ Jako puno



- Na ukupnoj razini **76 %** ispitanika (nimalo i malo) smatra da informacije o oglašavanju prehrambenoj kvaliteti proizvoda nisu točne

Mišljenje o točnosti informacija prema broju djece

	Donekle i vrlo zabrinuti (%)	Prosjek zabrinutosti	Medijan
1 djeteta	4%	1,87	2
2 djeteta	4%	1,85	2
3 djeteta	4%	2,00	2
4 djeteta	0%	1,68	2
5 djeteta	0%	2,00	2
Ukupno	4%	1,87	2

Mišljenje o točnosti informacija prema završenoj razini obrazovanja*

osnovna škola	srednja škola	visoka škola / fakultet	poslijediplomski studij
14%	3%	4%	14%
2,07	1,79	1,94	2,00

Točnost informacija prema spolu*

muški	ženski
5%	3%
1,92	1,85

* Nimalo i malo (%) i prosječna ocjena mišljenja o točnosti informacija o oglašavanju prehrambene kvalitete proizvoda

- Na ljestvici od 1 (nimalo) do 5 (jako puno) prosječna ocjena točnosti informacija o oglašavanju hrane na televiziji jest **1,87**
- Najzabrinutiji su ispitanici s četvero djece (41 %), a koji imaju i najveću prosječnu ocjenu zabrinutosti
- Prema stupnju obrazovanja najveću razinu zabrinutosti iskazali su ispitanici sa završenom osnovnom školom (86 %) i poslijediplomskim studijem (86 %)

Ocjene su kvantificirane kako slijedi: nimalo (1); malo (2); donekle (3); puno (4); jako puno (5)

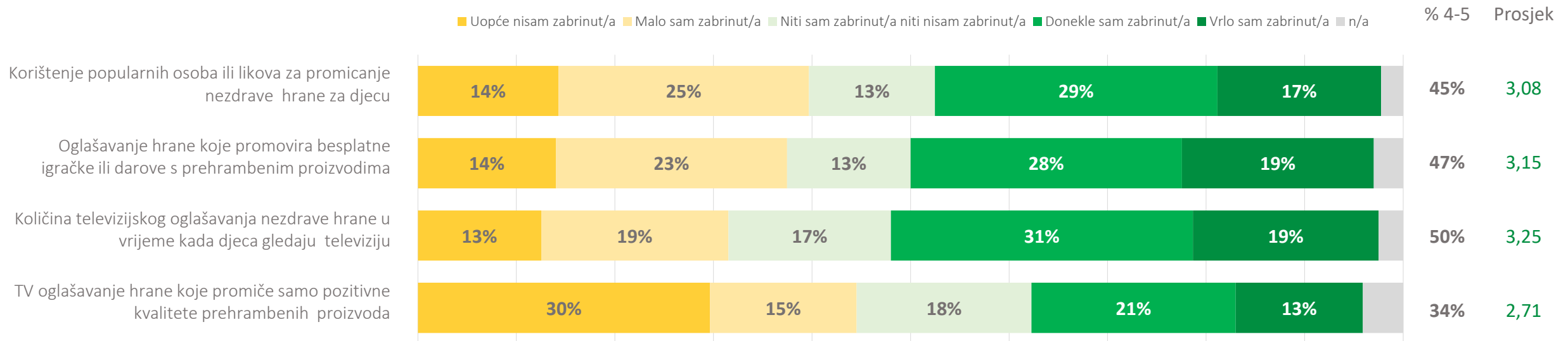
B003 U kojoj mjeri smatrate da oglašavanje hrane na televiziji daje točne informacije o prehrambenoj kvaliteti proizvoda koji se reklamira?



Zabrinutost oko različitih aspekata oglašavanja prehrambenih proizvoda



- Kada je u pitanju zabrinutost oko različitih aspekata oglašavanja, ispitanici su pokazali najveću razinu zabrinutosti po pitanju **količine** televizijskog oglašavanja nezdrave hrane u vrijeme kada djeca gledaju televiziju gdje je 50 % ispitanika donekle i vrlo zabrinuto
- Očekivano, ispitanici su najmanje zabrinuti po pitanju TV oglašavanja hrane koje promiče samo pozitivne kvalitete prehrambenih proizvoda gdje čak 30 % ispitanika uopće nije zabrinuto
- U prosjeku, ispitanici iskazuju zabrinutost na razini od 3,08 do 3,25 na ljestvici do 5



Količina televizijskog oglašavanja nezdrave hrane u vrijeme kada djeca gledaju televiziju

36 % ispitanika s četvero djece vrlo je zabrinuto u vezi oglašavanja, a najmanju razinu zabrinutosti pokazali su ispitanici koji imaju samo jedno dijete (38 % uopće nije ili je malo zabrinuto)



59 %

Čak 59 % ispitanika nije upoznato sa zakonskim propisima koji se primjenjuju prilikom televizijskog oglašavanja hrane i pića

Ocjene su kvantificirane kako slijedi: uopće nisam zabrinut/a (1); malo sam zabrinut/a (2); niti sam zabrinut/a niti nisam zabrinut/a (3); donekle sam zabrinut/a (4); vrlo sam zabrinut/a (5)

B004 Koliko ste zabrinuti zbog sljedećih aspekata oglašavanja prehrambenih proizvoda u vrijeme kada djeca gledaju televiziju?

B005 Jeste li upoznati s time da postoje zakonski propisi koji se primjenjuju prilikom televizijskog oglašavanja hrane i pića?



Zakonska regulativa u vezi ograničenja oglašavanja hrane (1/2)



Uvođenje zakonskih ograničenja oglašavanja hrane u vrijeme dok djeca gledaju televiziju

■ U potpunosti se ne slažem ■ Ne slažem se ■ Niti se slažem niti se ne slažem ■ Slažem se ■ U potpunosti se slažem

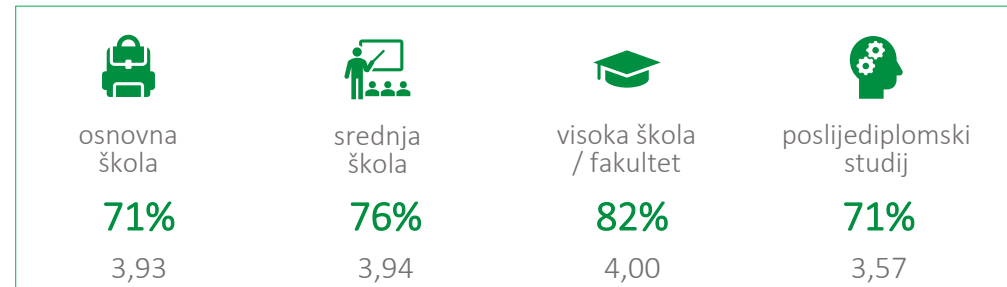


- Najveći broj ispitanika, njih 79 %, podržava uvođenje zakonskih ograničenja oglašavanja hrane u vrijeme dok djeca gledaju televiziju

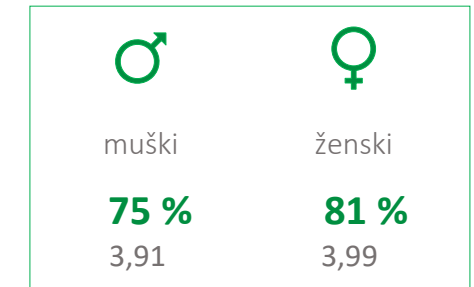


31 % ispitanika primijetilo je oglase na televiziji zbog kojih smatraju da postojeća regulacija televizijskog oglašavanja hrane nije učinkovita

Mišljenje o točnosti informacija prema završenoj razini obrazovanja*



Točnost informacija prema spolu*



* U potpunosti se slažem i slažem se (%) i prosječna ocjena mišljenja o uvođenju zakonskih ograničenja

- Na ljestvici od 1 (u potpunosti se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem) prosječna ocjena mišljenja o uvođenju zakonskih ograničenja oglašavanja hrane dok djeca gledaju televiziju jest 3,97
- Najveću podršku daju roditelji dvoje i troje djece gdje 80 % ispitanika podržava uvođenje ograničenja

Ocjene su kvantificirane kako slijedi: u potpunosti se ne slažem (1); ne slažem se (2); niti se slažem niti se ne slažem (3); slažem se (4); u potpunosti se slažem (5)

B006 Jeste li primijetili oglase na televiziji zbog kojih smatrate da postojeća regulacija televizijskog oglašavanja hrane nije učinkovita?

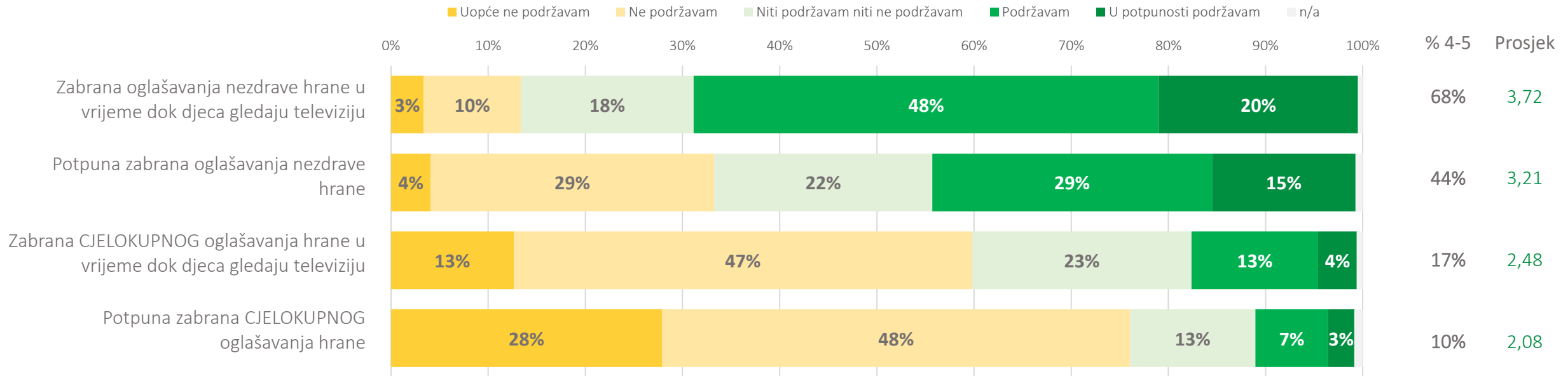
B007 Slažete li se da bi država/vlada trebala uvesti jača ograničenja oglašavanja hrane u vrijeme dok djeca gledaju televiziju?



Zakonska regulativa u vezi ograničenja oglašavanja hrane (2/2)

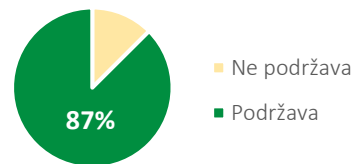


- Ispitanici u najvećoj mjeri (68 %) podržavaju zabranu oglašavanja nezdrave hrane u vrijeme dok djeca gledaju televiziju
- Rezultati pokazuju da ispitanici nisu za potpunu zabranu oglašavanja hrane na televiziji te podrška te ideje opada s većim stupnjem ograničenja



Stvaranje novih mehanizama za kontrolu kršenja propisa o oglašavanju hrane

87 % ispitanika podržava* stvaranje novih mehanizama za kontrolu kršenja propisa o oglašavanju hrane koji kontinuirano i aktivno poduzimaju mjere protiv kršenja propisa



Upozorenje da se prekomjerna konzumacija određene hrane ne preporučuje

91 %

91 % ispitanika smatra da televizijsko oglašavanje prehrambenih proizvoda koji sadržavaju velik udjel masti, soli ili šećera, treba pratiti i određeni oblik upozorenja da se njihova prekomjerna konzumacija ne preporučuje

* Podržava (ocjene 4-5); ne podržava (ocjene 1-3)

Ocjene su kvantificirane kako slijedi: u potpunosti se ne slažem (1); ne slažem se (2); niti se slažem niti se ne slažem (3); slažem se (4); u potpunosti se slažem (5)

B008 Koje od ovih prijedloga podržavate?

B009 Podržavate li stvaranje novih mehanizama za kontrolu kršenja propisa o oglašavanju hrane koji kontinuirano i aktivno poduzimaju mjere protiv kršenja propisa?

B010 Smatrate li da televizijsko oglašavanje prehrambenih proizvoda koji sadržavaju velik udjel masti, soli ili šećera, treba pratiti i određeni oblik upozorenja da se njihova prekomjerna konzumacija ne preporučuje?

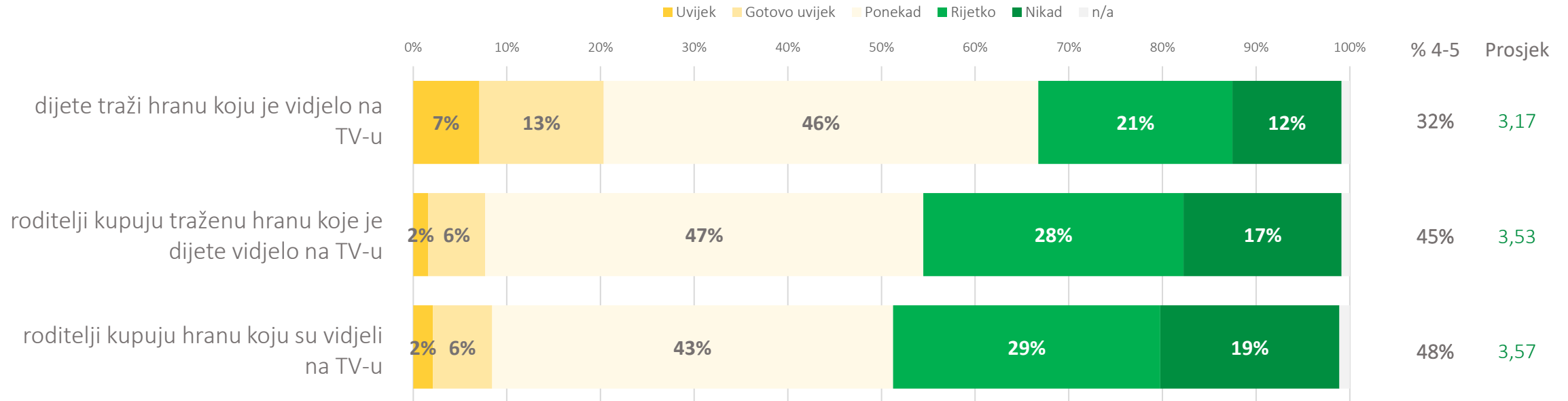
Prosječni rezultat: 91%



Utjecaj televizijskih sadržaja na sklonosti djeteta prema određenoj hrani ili pićima



- Kod 20 % ispitanika djeca uvijek (ocjene 1 i 2) traže hranu koju su vidjela na televiziji, a kod još 50 % ispitanika tu hranu traže ponekad (ocjena 3)
- Od ukupnog broja ispitanika njih 17 % nikada ne kupuje traženu hranu koju je dijete vidjelo na televiziji, a 7 % ispitanika hranu kupuje uvijek (ocjene 1 i 2)
- Ukupno promatrano, roditelji u prosjeku kupuju manje od tražene hrane koju je dijete vidjelo i poželjelo



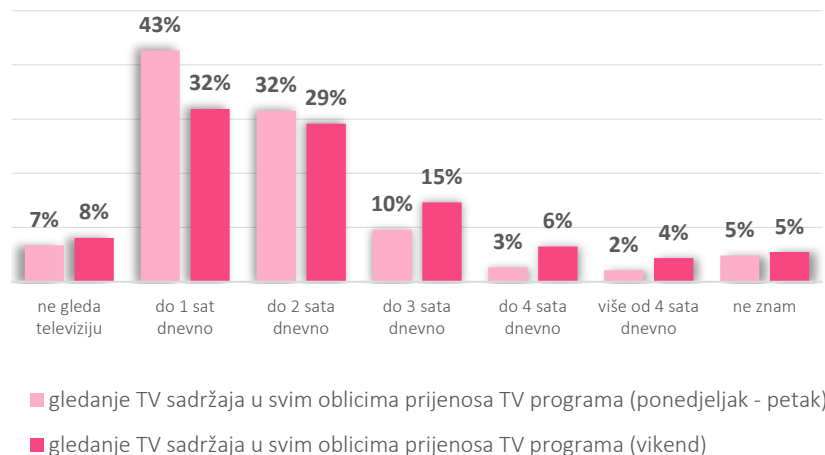
DIO 03

Medijske navike djece





Prosječno vrijeme gledanja televizijskog sadržaja



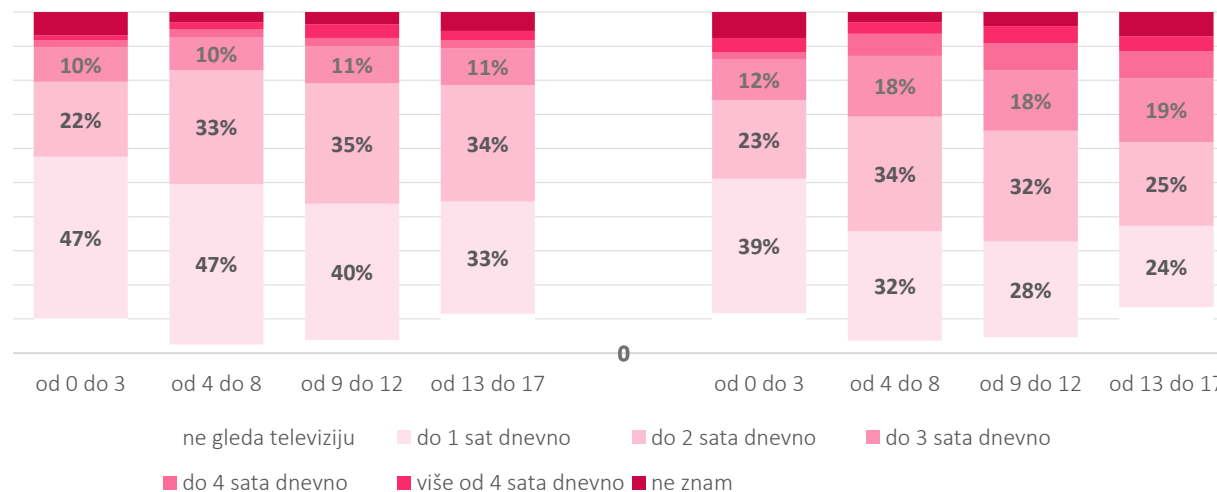
7 % djece uopće ne gleda televiziju

15 % djece gleda televiziju više od 2 sata svaki dan

- tijekom tjedna najveći udio djece TV program gleda do sat vremena dnevno (43 %) kao i vikendom (32 %)
- manje od 10 % djece ne gleda televiziju
- u prosjeku djeca tijekom tjedna televiziju gledaju 1,63 sata, a tijekom vikenda 1,92 sata
- tijekom tjedna djeca od 4 do 8 godine u najvećoj mjeri gledaju TV (1-2 sata dnevno, a tijekom vikenda 31 % djece od 13 do 17 godina gleda više od tri sata dnevno)

PONEDJELJAK - PETAK

VIKEND

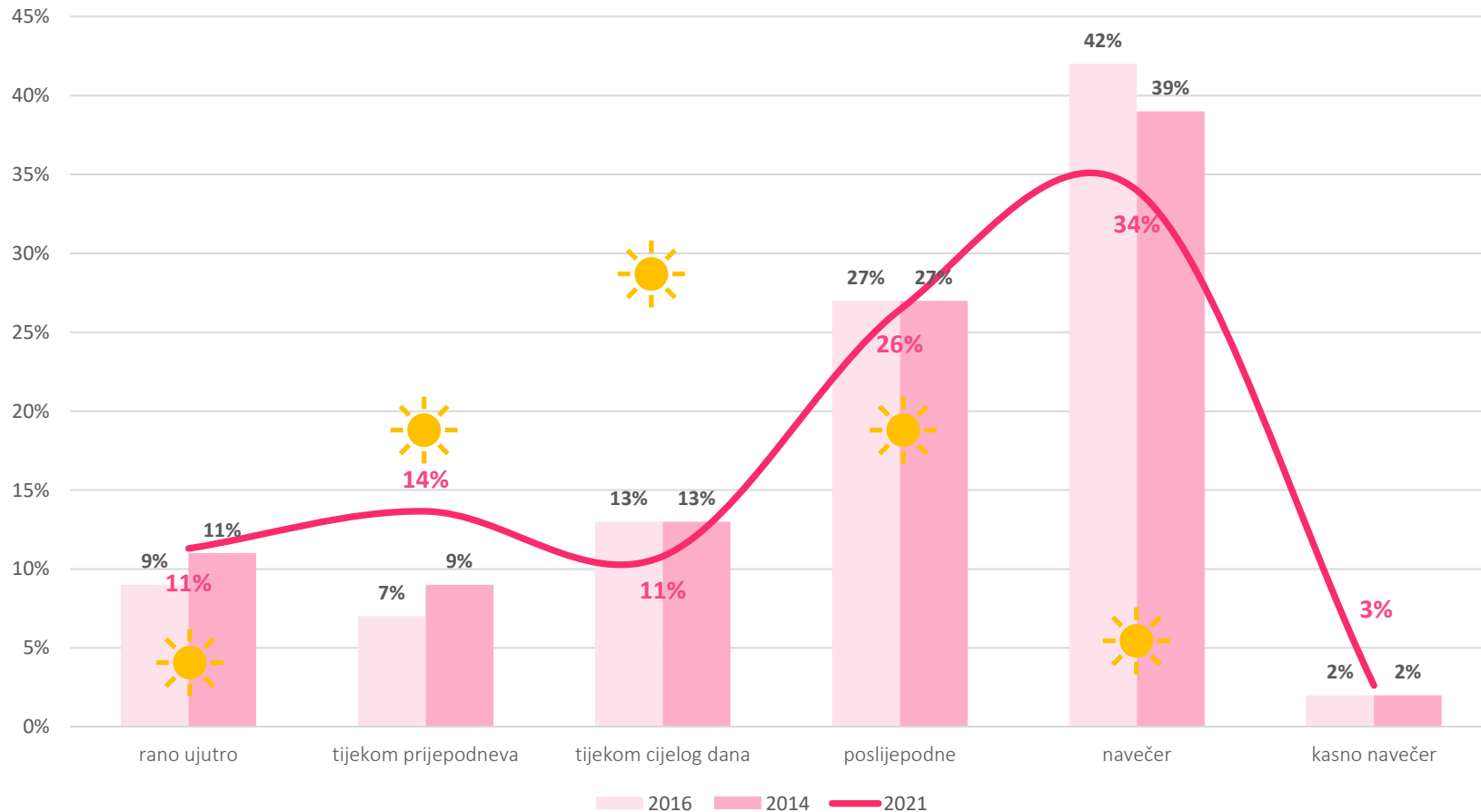


C001A Koliko vremena dnevno od ponedjeljka do petka u prosjeku vaše dijete gleda TV sadržaje u svim oblicima prijenosa TV programa?

C001B Koliko vremena dnevno tijekom VIKENDA u prosjeku vaše dijete gleda TV sadržaje u svim oblicima prijenosa TV programa?



Razdoblje u danu kada se gleda TV program



- Televizija se najviše gleda navečer (34 %), međutim radi se o smanjenju udjela u odnosu na istraživanja provedenih 2014. i 2016. godine.
- Televiziju navečer najviše gledaju djeca u kućanstvima s četvero djece (45 %), a najmanje u kućanstvima s troje djece (30 %).
- Televiziju navečer u najmanjoj mjeri gledaju djeca ispitanika koji imaju završen poslijediplomski studij (14%).
- Za razliku od prethodnih godina može se primijetiti povećanje udjela gledanja televizije tijekom prijepodneva, i to sa 7 % i 9 % na čak 14 %. Razlog tome može biti specifična pandemijska godina uzrokovana bolesti Covid-19.

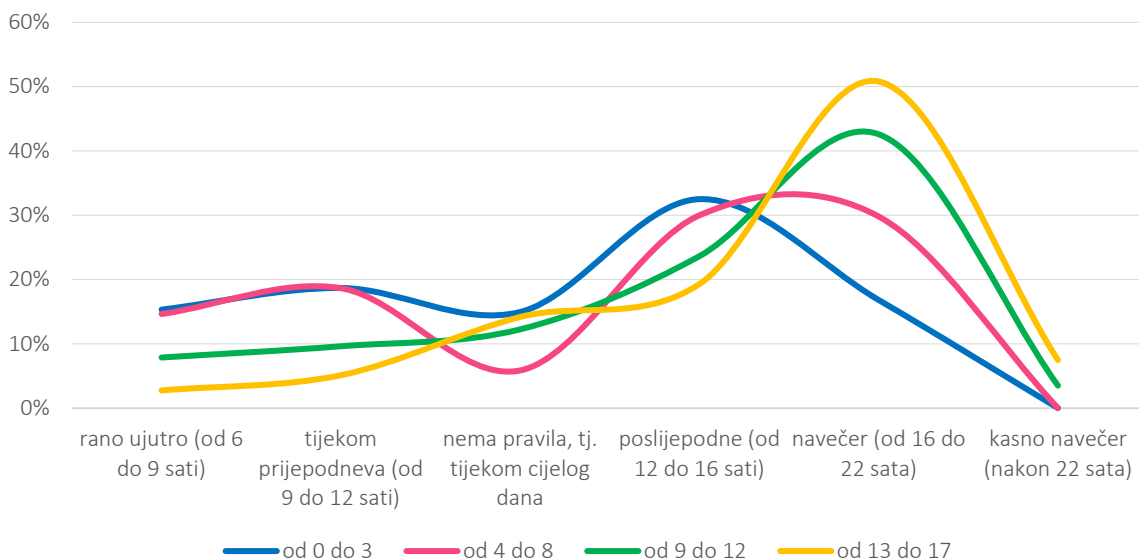




Razdoblje u danu kada se gleda TV program prema starosti djece



Ukupno



- Djeca od 0 do 3 godina televiziju najčešće gledaju u poslijepodnevima (32 %), a djeca od 4 do 8 godina u istoj mjeri televiziju nastavljaju gledati i navečer (30 %).
- Djeca od 9 do 17 godina televiziju najčešće gledaju navečer (9-12 43 %; 13-17 51 %).
- Izrazito mali udio djece televiziju gleda kasno navečer, gdje očekivano najveći udio imaju djeca od 13 do 17 godina (7 %).

Ispitanici koji imaju samo jedno dijete

	rano ujutro	tijekom prijepodneva	tijekom cijelog dana	poslijepodne	navečer	kasno navečer
od 0 do 3	22%	23%	24%	21%	6%	0%
od 4 do 8	10%	14%	5%	40%	30%	0%
od 9 do 12	6%	5%	6%	19%	58%	3%
od 13 do 17	0%	2%	11%	20%	50%	15%
n/a	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Ukupno	10%	12%	12%	26%	34%	4%

Ispitanici koji imaju više od jednog djeteta

	rano ujutro	tijekom prijepodneva	tijekom cijelog dana	poslijepodne	navečer	kasno navečer
od 0 do 3	11%	18%	9%	41%	20%	0%
od 4 do 8	18%	18%	4%	25%	34%	0%
od 9 do 12	6%	11%	20%	23%	37%	2%
od 13 do 17	4%	5%	15%	19%	51%	5%
Ukupno	12%	15%	10%	27%	34%	1%





Vrste sadržaja na televiziji



- U svim godinama u kojima je provedeno istraživanje djeca u najvećoj mjeri vole gledati crtane filmove (72 %)
- Crtane filmove u najvećoj mjeri gledaju djeca od 4 do 8 godina (63 % od 806), a igrane filmove u najvećoj mjeri gledaju djeca u dobi od 9 do 12 godina (25 % od 806)

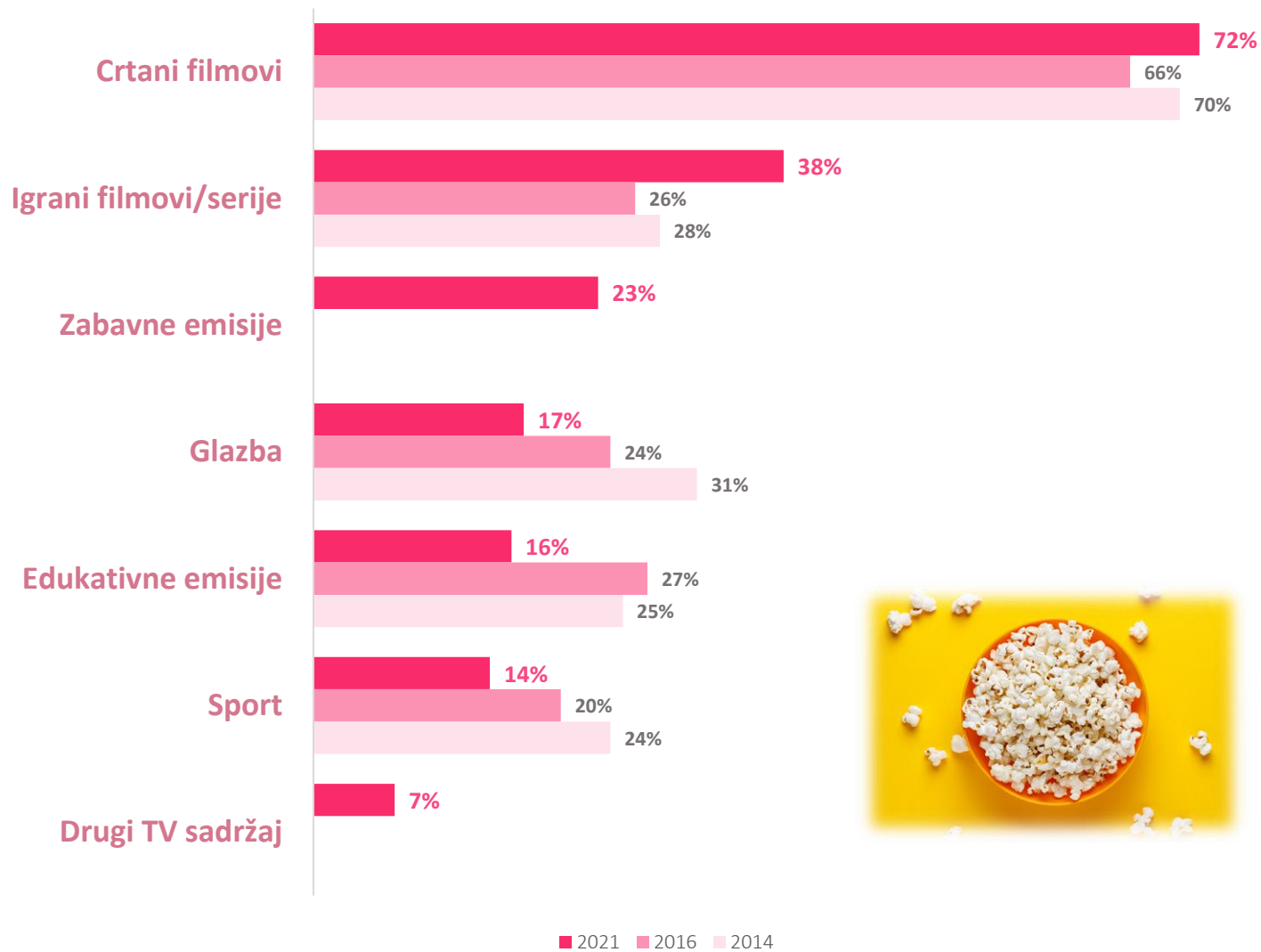
74 %
djece u svojim sobama nema TV prijamnik



Favoriziranje sadržaja prema dobi

	Crtani filmovi	Igrani filmovi/ serije
od 0 do 3	31%	5%
od 4 do 8	63%	20%
od 9 do 12	28%	25%
od 13 do 17	11%	21%

u odnosu na ukupan broj ispitanika (N=806)



C003 Koje vrste sadržaja vaše dijete najčešće gleda na televiziji (moguće je više odgovora)?
C004 Ima li vaše dijete televizijski prijamnik u sobi u kojoj spava?

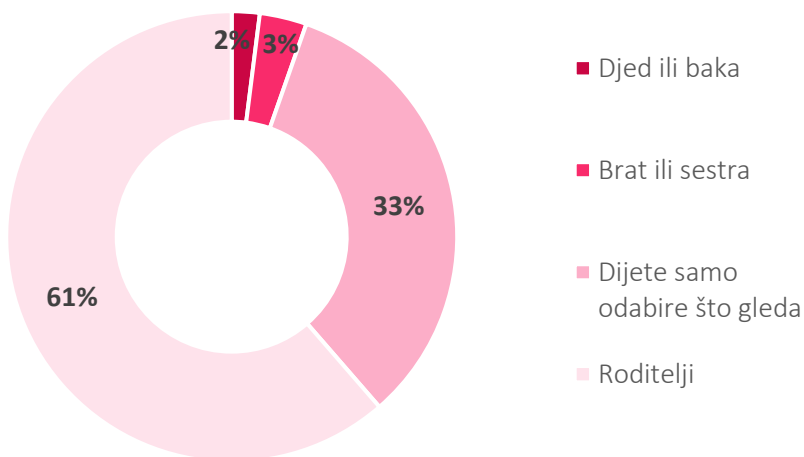




Odabir sadržaja kojeg dijete gleda na televiziji



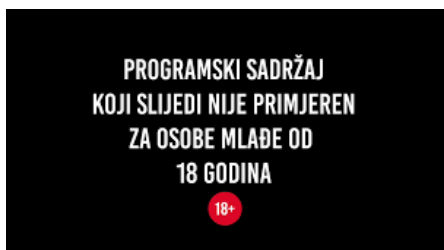
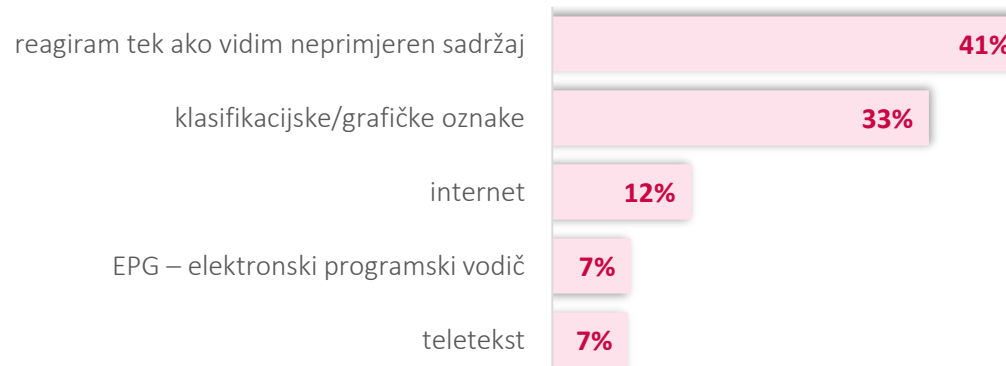
U slučaju **61%** ispitanika roditelji imaju najveći utjecaj na TV sadržaj kojeg gledaju djeca, a u **33%** slučajeva dijete samo odabire što će gledati.



OCJENA PRIMJERENOSTI SADRŽAJA NA TELEVIZIJI

- Više od 40 % ispitanika ne informira se unaprijed o primjerenosti sadržaja kojeg dijete gleda na televiziji već reagira tek ako vidi da je sadržaj neprimjeren.
- Trećina ispitanika za informiranje o primjerenosti sadržaja koristi klasifikacijske oznake (12, 15, 18 godina) koje se nalaze u gornjem desnom kutu ekrana.

	2021	2016	2014
reagiram tek ako vidim neprimjeren sadržaj	41%	32%	17%
internet	12%	10%	11%
teletekst	7%	17%	24%



51% ispitanika ima postavljeno dobno ograničenje za gledanje programa na način da za gledanje programa primjerenog dobi iznad one koju ste odredili treba unijeti ispravni PIN

C005 "Najveći" utjecaj na ono što dijete gleda na televiziji ima?
C006 Kako se informirate o primjerenosti sadržaja na televiziji?

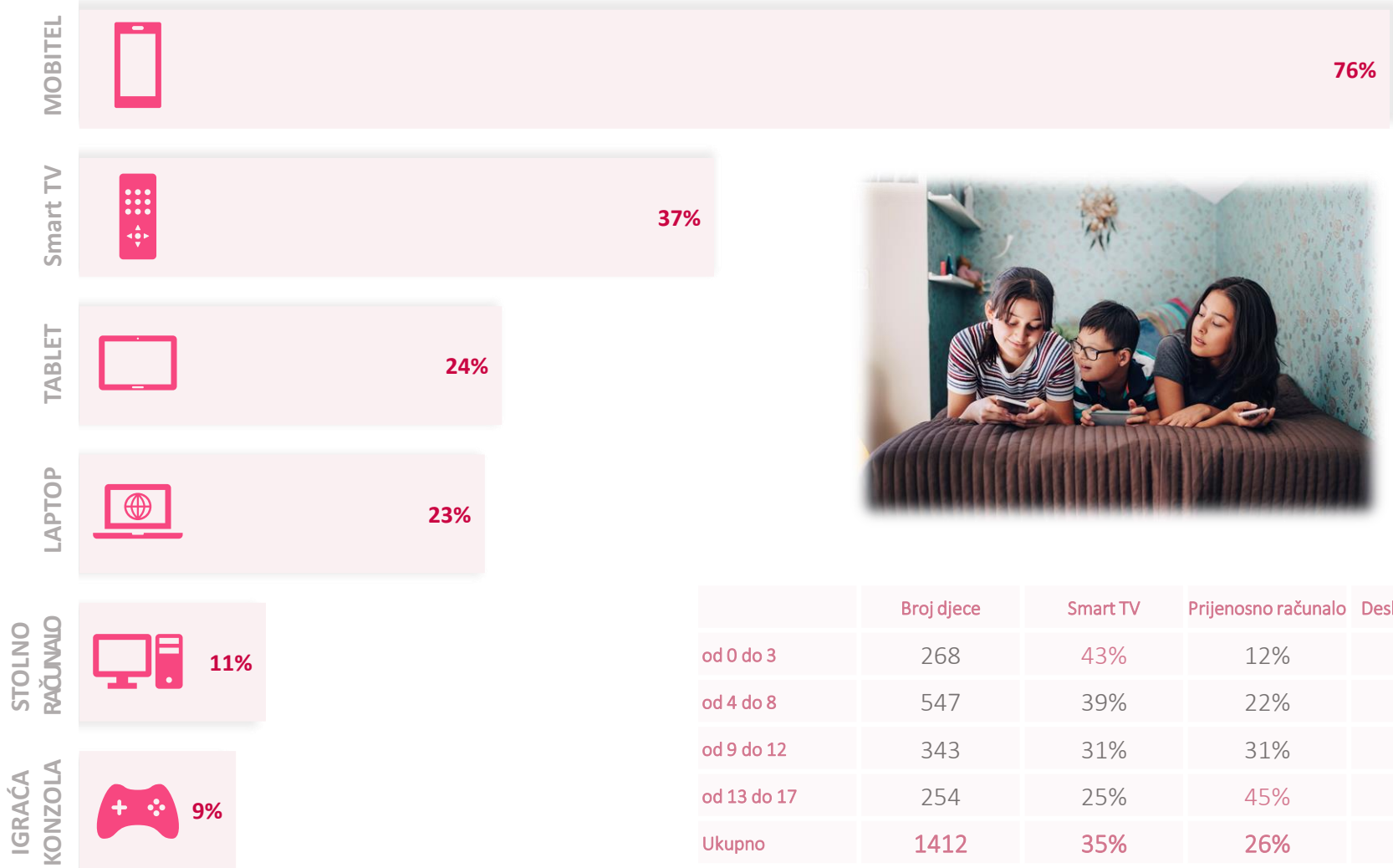
C007 Jeste li na televizijskom prijamniku kojim se koristi i vaše dijete postavili dobno ograničenje za gledanje programa na način da za gledanje programa primjerenog dobi iznad one koju ste odredili treba unijeti ispravni PIN kod?



Korištenje elektroničkih uređaja za pristup internetu



u odnosu na ukupan broj ispitanika (N=806)



- Uvjerljivo najčešće korišteni uređaj za pristup internetu jest pametni telefon (mobitel) u čak 76 % slučajeva
- Osim mobitela, značajan broj djece koristi pametne televizore (smart TV)
- Promatrano po godinama, pametne televizore u najvećoj mjeri koriste djeca od 0 do 3 godine
- Čak **97 %** djece stare između 13 i 17 godina koristi pametni telefon za pristup internetu
- Najrjeđe se koriste desktop računala (12 %) i igraće konzole (9 %)

	Broj djece	Smart TV	Prijenosno računalo	Desktop računalo	Igraća konzola	Pametni telefon	Tablet
od 0 do 3	268	43%	12%	4%	1%	56%	27%
od 4 do 8	547	39%	22%	9%	6%	72%	33%
od 9 do 12	343	31%	31%	17%	12%	91%	25%
od 13 do 17	254	25%	45%	19%	20%	97%	18%
Ukupno	1412	35%	26%	12%	9%	78%	27%

u odnosu na ukupan broj djece i isključivanja n/a (N=1412)



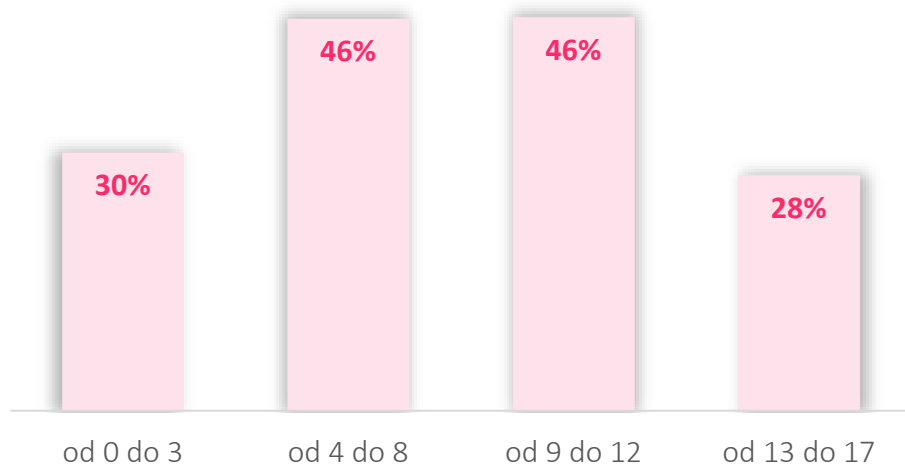


Nadzor i dnevno korištenje interneta

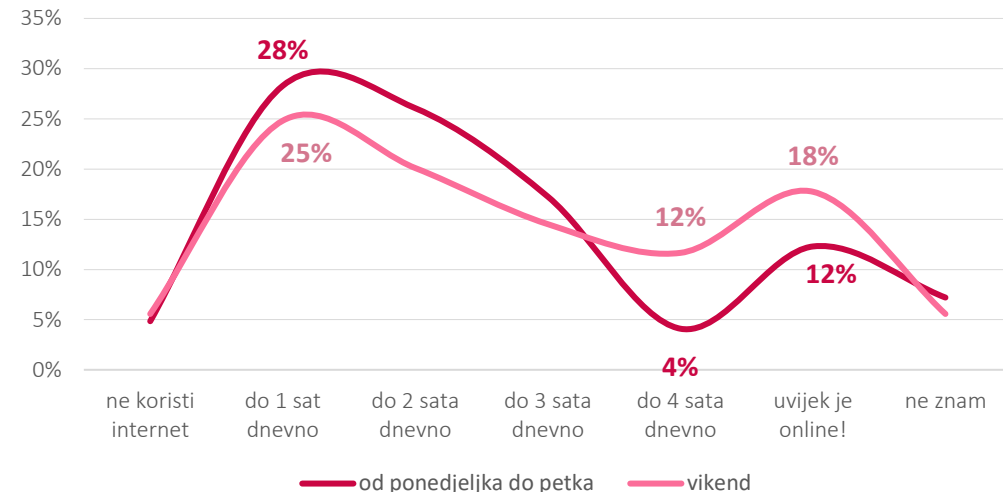


36 %

36 % roditelja djece koja imaju svoj uređaj za pristup internetu koristi softvere za nadzor ili filtere za posjećivanje određenih stranica.



- Softvere za nadzor ili filtere za posjećivanje određenih stranica u najvećoj mjeri koriste roditelje djece stare između 4 i 12 godina gdje gotovo polovica roditelja (46 %) koristi te mjere zaštite djeteta.



- Djeca koja internet koriste do jedan sat dnevno u većoj mjeri ga koriste tijekom tjedna (28 %) u odnosu na vikend (25 %)
- Situacija je obrnuta s djecom koja internet koriste više od četiri sata dnevno i stalno, u manjoj su mjeri toliko provedenog vremena na internetu tijekom tjedna (4 % i 12 %), ali zato provode više vremena *online* tijekom vikenda (12 % i 18 %)
- Važno je istaknuti da **7 % roditelja ne zna** koliko im djeca vremena provode *online*

* napomena: 'Uvijek je online!' kvantificirano je s 24 sata

C009 Ako dijete ima svoj osobni uređaj za pristup internetu (računalo, mobitel...), koristite li softver za nadzor ili filter koji sprječava dijete da posjećuje određene vrste internetskih stranica?

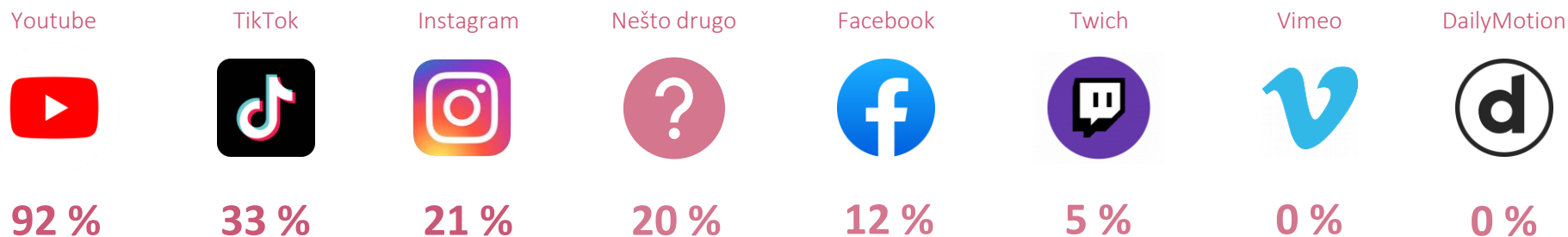
C010 Koliko vaše dijete dnevno koristi internet od ponedjeljka do petka? & C011 Koliko vaše dijete dnevno koristi internet tijekom VIKENDA?



Platforme i vrste sadržaja koje djeca pretražuju i gledaju

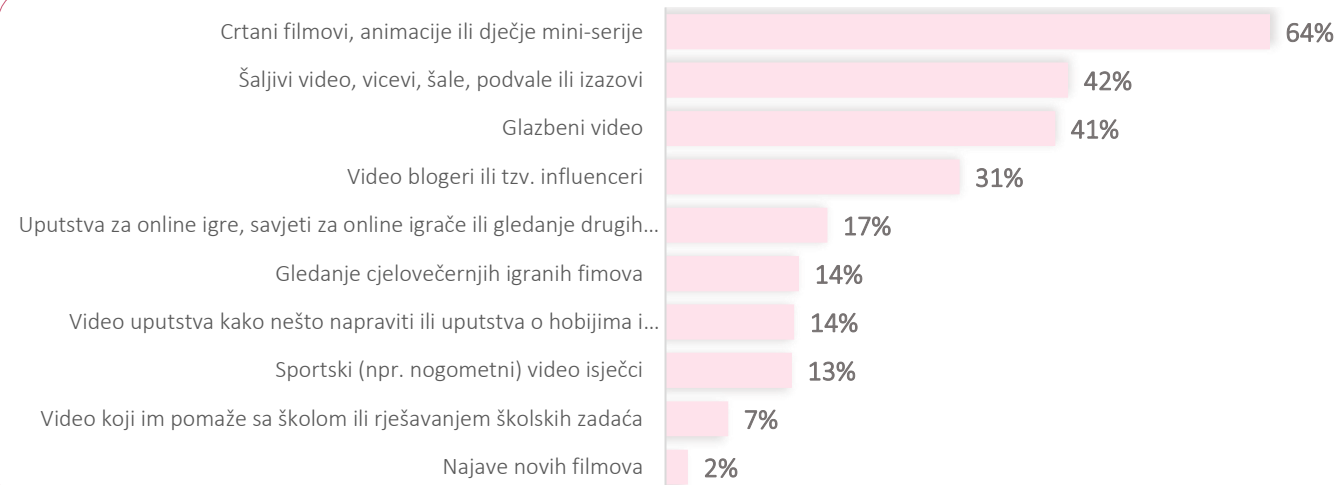


Korištenje platformi za razmjenu video sadržaja (N=806)



- Djeca gotovo svih ispitanika koriste aplikaciju Youtube (92 %) kao mjesto pronalaska sadržaja za pregledavanje i razmjenu
- Djeca trećine ispitanika (33 %) kao platformu za razmjenu video sadržaja koriste TikTok
- U prosjeku djeca za razmjenu video sadržaja koriste **dvije platforme** (1,83)
- Djeca na platformama u najvećoj mjeri gledaju crtane filmove, animacije ili dječje mini-serije, a u prosjeku gledaju **2,44 videa**

Vrsta sadržaja koju djeca gledaju na platformama (N=806)



C013 Označite kojima od navedenih platformi za razmjenu video sadržaja vaše dijete najčešće pristupa dok je na internetu? (moguće je više odgovora)

C014 Koju vrstu sadržaja vaše dijete gleda na platformama za razmjenu video sadržaja? (moguće je više odgovora)



DIO 04

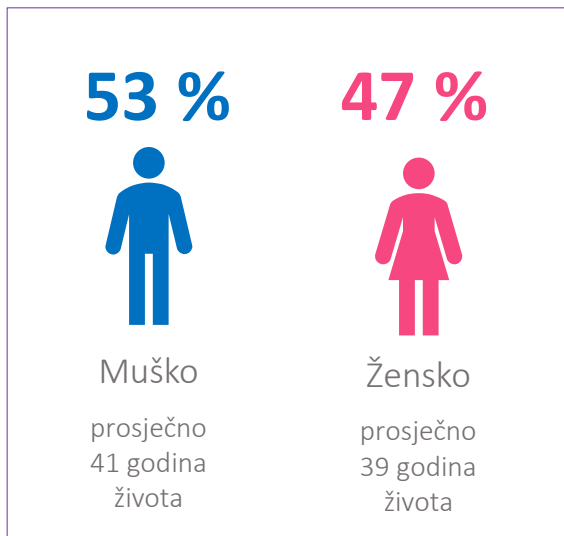
Demografski podaci ispitanika



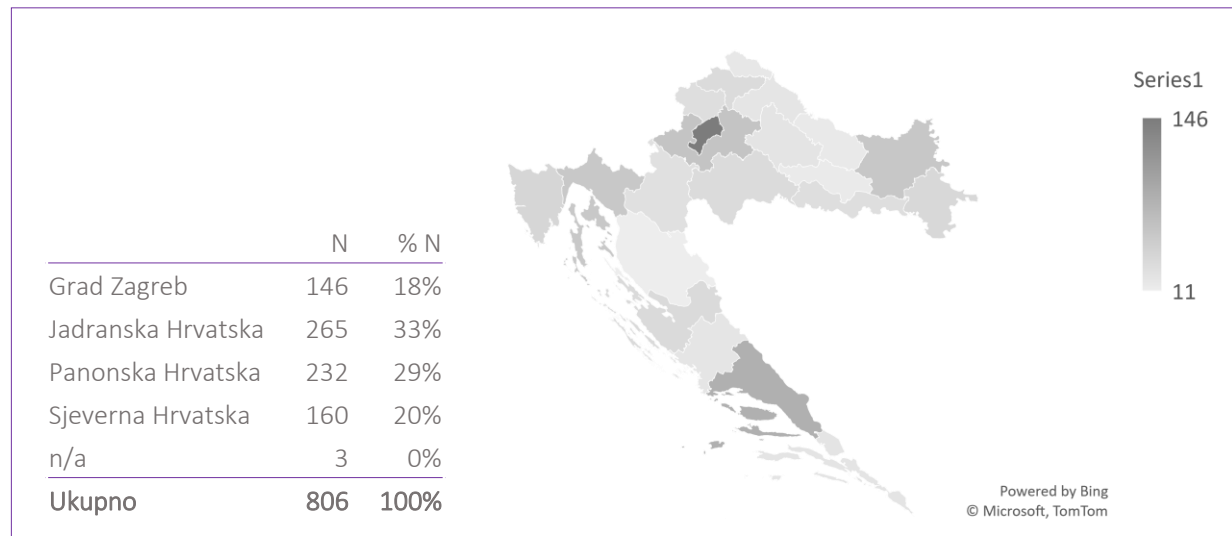
Demografski podaci ispitanika



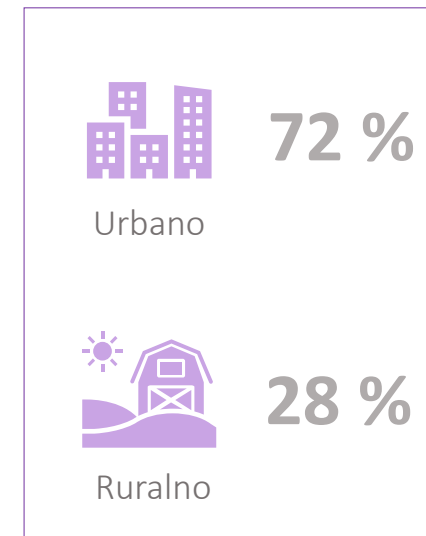
Struktura ispitanika prema spolu



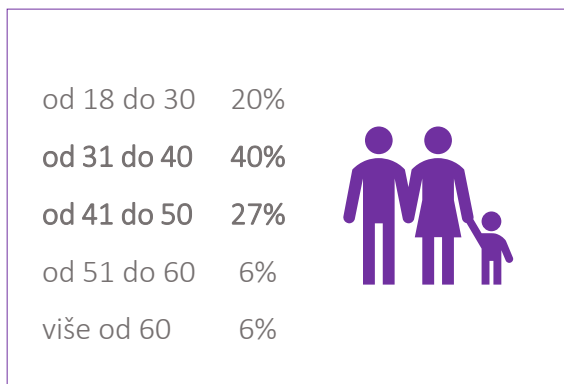
Struktura ispitanika prema županiji (regiji NUTS2)



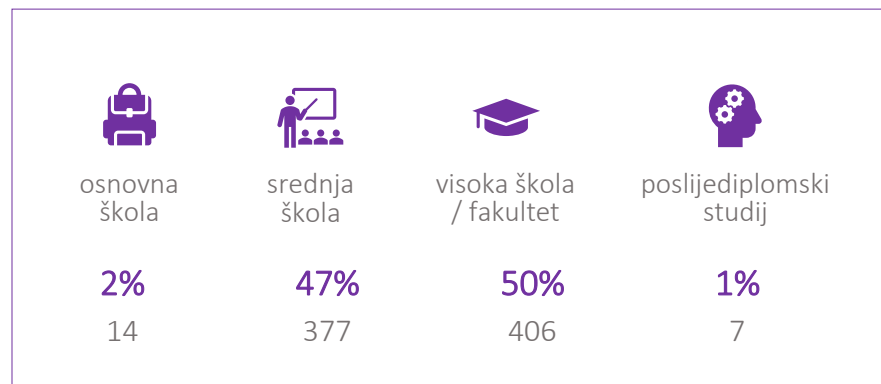
Mjesto stanovanja



Dobna struktura ispitanika



Najviši završen stupanj obrazovanja ispitanika



Osobni mjesečni prihodi ispitanika

