



Sitiens sāj. Abiem.

Projekta ietvaros “No teorijas uz realitāti – attieksmes un prakses maiņa no miesas sodiem uz bērnu aizsardzību”

Pēc-kampaņas analīze
Pētījums, Latvija. Oktobris, 2018

Pētījumu nodrošina:

SolidData

Ievads

Pētījums par sociālās kampaņas sasniedzamību un ietekmi mērķa grupā. Pētījuma galvenais mērķis ir noskaidrot vai kampaņa ir veicinājusi attieksmes un prakses maiņu par bērna sišanu kā audzināšanas metodi.

- Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji, vecāki ar bērniem līdz 10 gadu vecumam.
- Izlases lielums mērķa grupā: n=404
- Izlases reprezentivitāte kvotās: dzimums, reģions, tautība
- Pētījums veikts: 22.10-29.10.2018
- Pētījuma metode: kvantitatīvs pētījums internetā, CAPI
- Izlases kopas atlase: nejaušā stratificētā atlase, izmantojot SolidData interneta paneli

Respondentu skaits mērķa grupā nodrošina aptaujas rezultātiem 95% ticamības robežu un 5% iespējamo precizitātes nobīdi.

Pētījumu un datu analīzi nodrošina kompānija SolidData. Kompānija specializējas kvantitatīvo pētījumu nodrošināšanā Baltijas valstīs, izmantojot interneta aptaujas metodi. SolidData darbojas saskaņā ar industrijas vadošo pētījumu asociāciju (ESOMAR un MRS) kvalitātes un datu aizsardzības principiem.

Pētījumu nodrošina:

SolidData

Saturs

- Attieksme par bērna sišanu kā audzināšanas metodi
- Sociālās kampaņas atpazīstamība
- Sociālās kampaņas ietekme
- Pielikums: pētījuma izlases demogrāfiskais profils

Pētījumu nodrošina:

SolidData

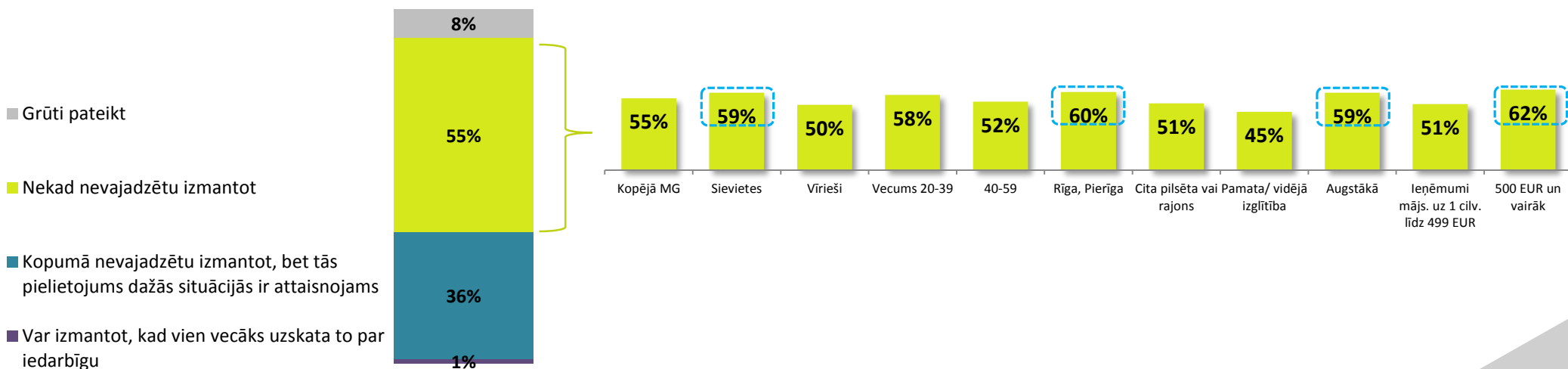
Attieksme par bērna sišanu kā audzināšanas metodi

55% no vecākiem, kuriem ir bērni vecumā līdz 10 gadiem, uzskata, ka bērnu sišanu kā audzināšanas metodi nevajadzētu izmantot nekad. 36% uzskata, ka kopumā to nevajadzētu izmantot, bet dažās situācijās tā ir attaisnojama.

Demogrāfiskās grupas, kurās bērnu sišana tiek noraidīta vairāk ir: sievietes, Rīga, Pierīga; augstākā izglītība un augstāki ieņēmumi.

Jūsprāt, bērna sišana kā sods ir bērna audzināšanas metode, kuru:

Pamats: kopējā izlase mērķa grupā; n=404



Pētījumu nodrošina:

SolidData

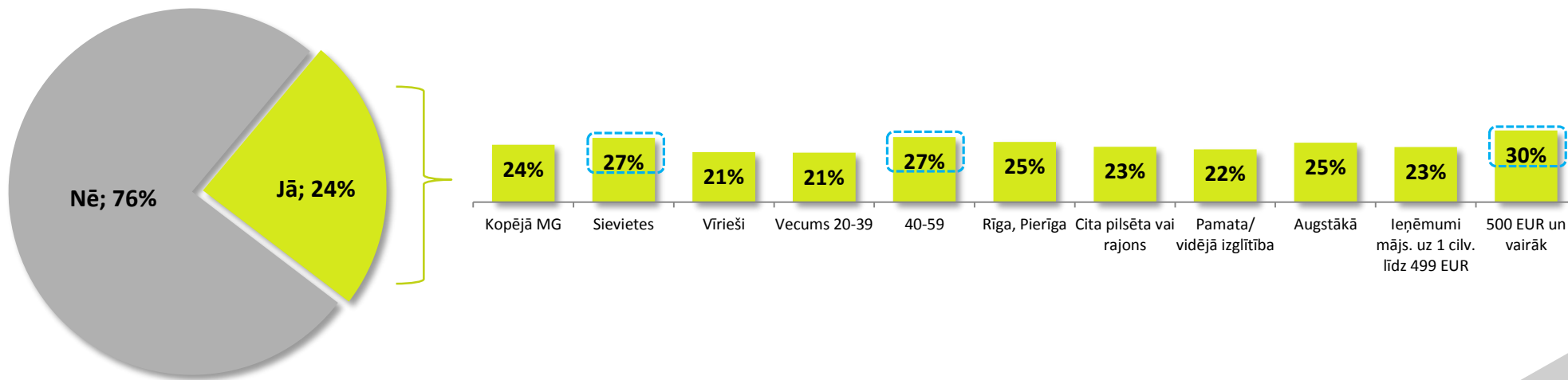
Sociālās kampaņas atpazīstamība

24% no vecākiem, kuriem ir bērni vecumā līdz 10 gadiem, ir pamanījuši organizēto sociālo kampaņu.

Demogrāfiskās grupas, kuras sociālā kampaņa ir aizsniegusi vairāk ir: sievietes, vecuma grupa 40-59 un augstāki ieņēmumi.

Vai iepriekš esat pamanījis šo sociālo kampaņu?

Pamats: kopējā izlase mērķa grupā; n=404



Pētījumu nodrošina:

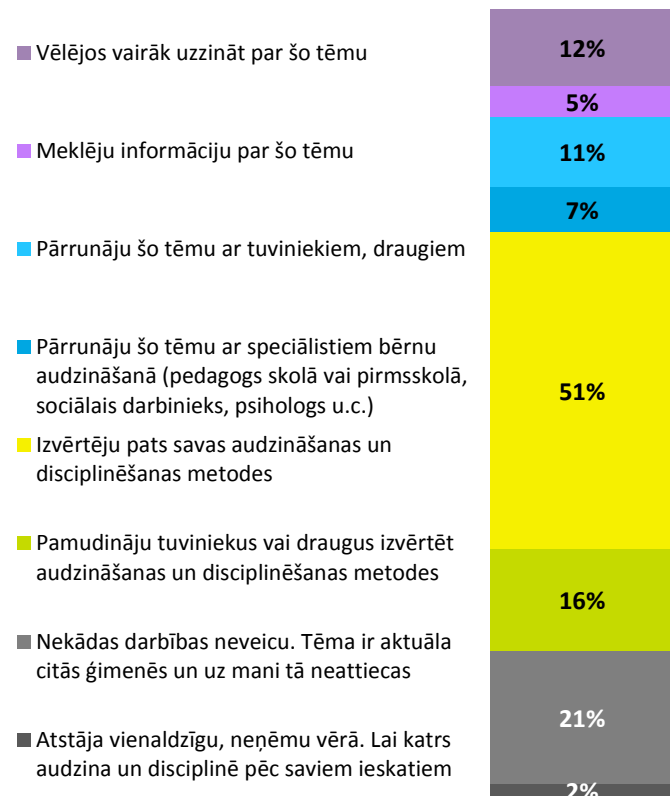
Attieksme par bērna sišanu kā audzināšanas metodi

77% no tiem, kuri bija pamanījuši sociālo kampaņu, atzīst, ka kampaņa veicināja izvērtēt savu audzināšanas stilu, pamudināja to darīt citus vai arī pārrunāja un meklēja vairāk informāciju par šo tēmu.

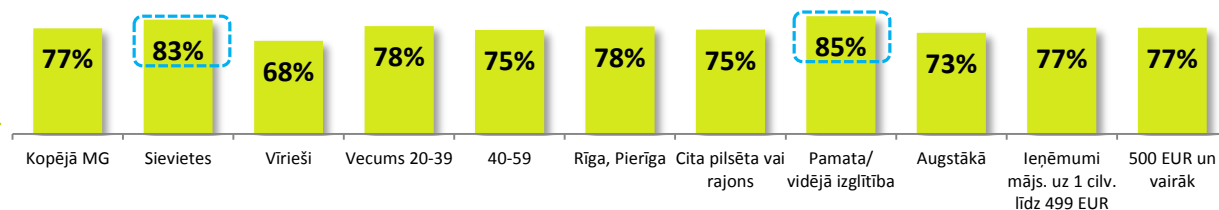
Demogrāfiskās grupas, kurās ir augstāka ietekme: sievietes un bērnu vecāki ar pamata/ vidējo izglītību.

Vai sociālā kampaņa veicināja Jūs aizdomāties par tēmu: bērna disciplinēšanas metodes?

Pamats: tie, kas pamanīja sociālo kampaņu; n=98



Sociālās kampaņas ietekmē veica kādu no darbībām



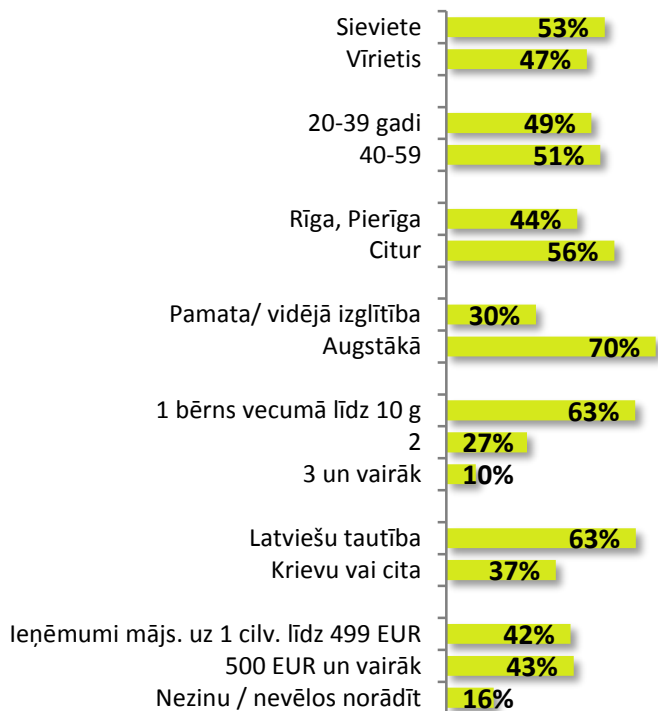
Pētījumu nodrošina:

SolidData

Pielikums: pētījuma izlases demogrāfiskais profils

Mērķa grupa: Latvijas iedzīvotāji, vecāki ar bērniem līdz 10 gadu vecumam.

Izlases lielums mērķa grupā: n=404



Pētījumu nodrošina:

Supported by the Rights, Equality
and Citizenship (REC) Programme
of the European Union



Šī publikācija sagatavota ar Eiropas Savienības Tiesību, vienlīdzības un pilsonības (Rights, Equality and Citizenship, REC 2014-2020) programmas finansiālu atbalstu projekta “No teorijas uz realitāti – attieksmes un prakses maiņa no miesas sodiem uz bērnu aizsardzību” (“From policy to reality - shifting attitudes and practices from corporal punishment to safeguarding children”) ietvaros, projekta numurs JUST/2015/RDAP/AG/CORP/9175. Publikācijas saturs ir nodibinājuma “Centrs Dardedze” atbildība un nevar tikt uzskatīts par Eiropas Komisijas uzskatu atspoguļojumu.

Pētījumu nodrošina:

SolidData