



propulsion



**CENTAR ZA SLOBODNE IZBORE I DEMOKRATIJU**  
Sladana Komatina, Tamara Antović

# **Građani i mediji**

**izveštaj iz istraživanja  
javnog mnjenja**

II ciklus

# Indeks digitalne pismenosti

**0,70 od 1.0**

smanjen za 0,03 poena u odnosu na 2019. godinu



**95%**

građana koristi internet

Osetniji pad u odnosu na 2019. godinu se uočava u oblasti kreiranja i produkcije novih sadržaja na internetu

**92%**

građana s lakoćom pronalazi na internetu sve sadržaje koji ih zanimaju

2020.

# Indeks medijske pismenosti

**0,65 od 1.0**

smanjen za 0,03 poena u odnosu na 2019. godinu



U odnosu na rezultate iz 2019. godine došlo je do generalnog pada konzumacije medija

Sport ostaje medijska tema koja građane Srbije najviše interesuje

2020.

# Digitalne veštine

**27%**

građana zna da napravi  
blog (koristeći Word  
Press ili Weebly)

**43%**

građana zna da napravi  
prezentaciju u Power  
Pointu (za 13 procentnih  
poena manje u odnosu  
na 2019. godinu)

**55%**

građana zna da napravi  
tabelu ili bazu podataka  
(u odnosu na 63% u 2019.  
godini)

# Konzumacija medijskog sadržaja

Kada je u pitanju poverenje, ono je najviše za medije koji se češće i koriste

internet sajtovi i portali  
(zbirno 38% uglavnom i potpuno veruje)

društvene mreže  
(37% uglavnom i potpuno veruje) i

televizija  
(33% uglavnom i potpuno veruje)

# Konzumacija medijskog sadržaja

**32%**

građana Srbije kaže  
da nema medija u  
koji pokazuju puno  
poverenje

**37%** građana veoma retko obraća pažnju  
na izvore informacija a **19%** građana to  
nikada ne čine

**13%**

Generacije Z je  
doživljavalo neprijatnosti  
na internetu

# Upotreba društvenih mreža

YouTube

Instagram

Facebook

su najkorišćenije društvene mreže u Srbiji

**16%**

ispitanika je reklo da TikTok koristi svakoga dana

**46%**

građana izdvaja Facebook kao društvenu mrežu preko koje se informišu

**80%**

građana u Srbiji svakodnevno koristi Viber

2020.

## Upotreba društvenih mreža

Prilikom čitanja informativnih sadržaja na Facebooku, **37%** građana pročita tek deo vesti, **34%** ispitanika pročita samo naslov, a celu vest tek **23%**

**39%**

građana smatra da je na Instagramu Story važniji od Feed formata objava

**38%**

građana Srbije su na TikToku najviše privukli zanimljivi i smešni video sadržaji



# Influenseri

Građani influencersere uglavnom prate na

**YouTubeu**

ili

**Instagramu**

Preporuke  
influensera  
utiču na

**1/4**

ispitanika

Preporuke influensera najviše utiču na  
pripadnike *generacije Z* - **54%** ispitanika  
mlađih od 17 godina, i **40%** ispitanika od  
18 do 23 godine

# Influenseri

**Koga  
najviše  
prate na  
TikToku?**

**37%**

ispitanika koji koriste  
ovu društvenu mrežu  
najpre su izdvojili  
popularne influencersere

**1/3**

ispitanika kaže da pasivno  
prati influencersere (čita ili  
gleda postove)

**6%**

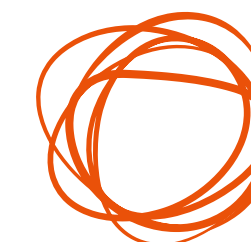
građana influencersere  
aktivno prati

**72%**

građana između 12  
i 17 godina aktivno  
ili pasivno prati  
influensere



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**propulsion**



**CeSID**

Izrada ove publikacije omogućena je uz podršku američkog naroda putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID). Sadržaj publikacije je isključiva odgovornost autora i ne predstavlja nužno stavove USAID-a ili Vlade SAD.