



**Nova pismenost**

**Studenti i nastavnici  
visokoškolskih ustanova**

**Drugi istraživački ciklus**

# **Izveštaj iz istraživanja**

**Nova pismenost**

**Studenti i nastavnici visokoškolskih ustanova**

(II ciklus)

Pripremio: **Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)**

**Bojan Klačar i Bratislav Raković**

Oktobar 2022. godine

# Sadržaj

<b>1. Metodološke napomene i opis uzorka .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Sažetak .....</b>	<b>5</b>
<b>3. Percepcija studenata o opštoj medijskoj slici u Srbiji .....</b>	<b>7</b>
<b>4. Medijska i digitalna pismenost na fakultetima u očima studenata .....</b>	<b>10</b>
<b>5. Percepcija nastavnika na visokoškolskim ustanovama o medijskoj i digitalnoj pismenosti .....</b>	<b>17</b>
<b>6. Preporuke budućih aktivnosti i daljih istraživanja .....</b>	<b>20</b>

*Nalazi koji se nalaze pred Vama predstavljaju samoprocenu učesnika u istraživanju.  
Svi pojmovi koji su u izveštaju upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu obuhvataju sve rodove lica  
na koja se odnose.*

# 1. Metodološke napomene i opis uzorka

<b>Realizacija istraživanja</b>	<b>Centar za slobodne izbore i demokratiju i Propulsion uz podršku USAID Srbija</b>
<b>Terenski rad</b>	<b>U periodu između 14. i 30. septembra 2022. godine</b>
<b>Tip i veličina uzorka</b>	<b>Studenti: 61 student sa pet različitih fakulteta Nastavnici visokoškolskih ustanova: 10 odabranih nastavnika visokoškolskih ustanova koji imaju višegodišnje iskustvo u oblasti medijske i digitalne pismenosti</b>
<b>Istraživački instrument</b>	<b>Vodič/upitnik od 18 pitanja</b>

Istraživanje sa studentima i profesorima koje su realizovali Centar za slobodne izbore i demokratiju i Propulsion uz podršku USAID Srbija, sprovedeno je u periodu između 14. i 30. septembra 2022. godine na teritoriji Republike Srbije bez Kosova i Metohije.

Mešovito istraživanje kvalitativno-kvantitativnog tipa sprovedeno je među 61 studentom/studentkinjom starosti od 19 do 28 godina, kao i sa 10 predavača različitog zvanja sa narednih visokoškolskih ustanova: Fakultet političkih nauka, Filozofski fakultet, Filološki fakultet, Fakultet organizacionih nauka i Fakultet za medije i komunikaciju. Sa navedenim studentima i profesorima obavljen je intervju na osnovu upitnika koji je omogućio grupisanje odgovora radi sintetizovanja nalaza. Ispitanici pohađaju različite stepene studija od osnovnih studija, preko master studija, pa sve do doktoranada. Prosečna starost ispitanih studenata/studentkinja iznosi 22 godine. Što se tiče nastavnika visokoškolskih ustanova, odabrano je 10 profesora koji u oblasti medijske i digitalne pismenosti imaju višegodišnje iskustvo i/ili su nastavnici na predmetima koji na njihovim visokoškolskim ustanovama pokrivaju ovu oblast.

Kao istraživački instrument je korišćen vodič formiran u saradnji sa klijentom, koji se sastojao od 18 pitanja/teza za studente i poseban vodič/upitnik za nastavnike visokoškolskih ustanova. Vodič/upitnik je dizajniran na način da pruža dovoljno prostora za nešto dublje i ekstenzivnije odgovore od uobičajenih i čisto kvantitativnih istraživanja.

Intervjuisanje studenata je sprovedeno kombinovanom kvantitativno-kvalitativnom tehnikom u direktnom kontaktu sa ispitanikom. Izabrani profesori su istraživački instrument-upitnik dobili putem elektronske pošte i isti su onlajn popunili, uz mogućnost objašnjavanja i/ili komentaranja odgovora.

## 2. Sažetak

Studenti su uglavnom zainteresovani za aktuelnosti i prate ih putem različitih medija. **Mediji putem kojih se najviše informišu su najpre onlajn portali, a zatim različite društvene mreže, posebno Instagram.** Najviše je onih koji su rekli da žele da se informišu dokle god to ne ometa neke druge obaveze. Kao najveći problem u medijima naveli su **plasiranje netačnih informacija** (dezinformacija), a veći broj odgovora uključivao je **loš medijski sadržaj i nebitne informacije**, uz one koji su bili konkretniji i naveli tabloidizaciju, senzacionalizaciju i rijaliti programe. Kada su upitani da procene sopstvene kapacitete i sposobnosti za snalažanje u pronalaženju, razumevanju i konzumiranju medijskog sadržaja, najviše je onih koji su rekli da nisu ni dobri, ni loši.

Kada je u pitanju upoznatost sa pojmovima medijske i digitalne pismenosti, preko polovine ispitanih studenata reklo je da je donekle upoznato, a nešto manje da je u potpunosti upoznato, uz svega nekoliko njih koji su priznali da ništa o tome ne znaju. **Dve glavne asocijacije studenata na pojam medijske i digitalne pismenosti su sa jedne strane opšte odrednice kao što su internet, društvene mreže i slično, a sa druge strane - kritičko razmatranje sadržaja u medijima i na internetu.** Tek nešto ispod trećine ispitanih studenata čulo je za program medijske i digitalne pismenosti na njihovim fakultetima. Za takav program nisu čuli pre svega studenti Fakulteta organizacionih nauka, Filozofskog, kao i Filološkog fakulteta. U skladu sa navedenim, **ne čudi što je najviše onih (oko polovine ispitanih) koji smatraju da fakulteti ne posvećuju dovoljnu pažnju medijskoj i digitalnoj pismenosti.**

Ono što studenti najviše zameraju postojećim programima je nedostatak saradnje sa medijima i IT kompanijama, kako bi se prenelo savremeno i praktično znanje o ovoj temi. U odnosu na prošli istraživački ciklus iz 2019. godine, **opao je broj onih koji su rekli da su zadovoljni programima medijske i digitalne pismenosti na fakultetima naučrb onih koji nisu ni zadovoljni, niti nezadovoljni.** Dva metoda za promovisanje značaja medijske i digitalne pismenosti među studentima koje su ispitanici istakli kao najprigodnija su najpre društvene mreže, a potom jačanje obrazovnih programa. Kao i u prošlom ciklusu, **ono što studentima najviše treba u ovom aspektu, prema ispitanicima, jesu praktične veštine.**

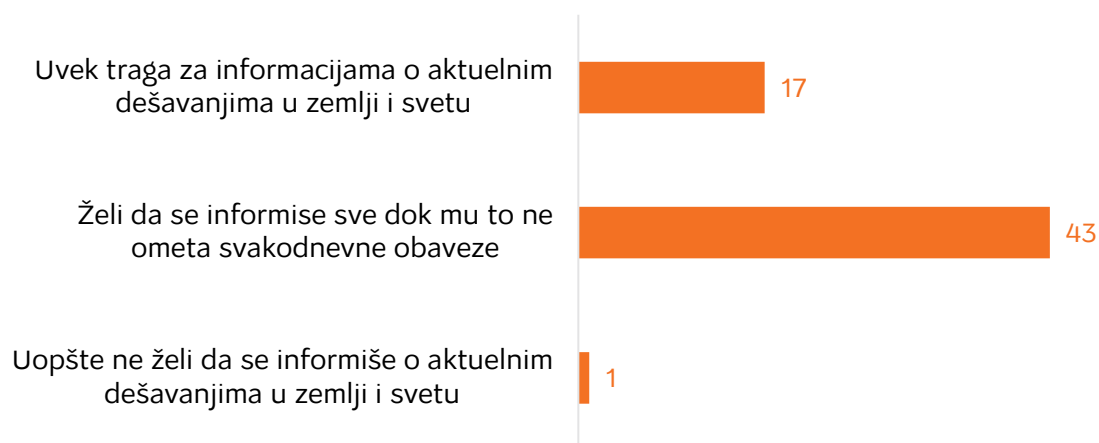
**U istraživanju je učestvovalo i 10 nastavnika na visokoškolskim ustanovama.** Oni su kao najčešći problem vezan za medijsku i digitalnu pismenost u Srbiji najčešće

izdvajali **nedovoljnu edukaciju u ovoj oblasti, uz opasku da je neophodan sistematski pristup i da ovi programi prožimaju čitav obrazovni sistem.** Većina ispitanih profesora smatra da fakulteti ne posvećuju dovoljnu pažnju temi medijske i digitalne pismenosti. Na skali od 1 do 5, profesori su dali prosečnu ocenu 2,7 za znanje iz oblasti medijske i digitalne pismenosti za studente koji dolaze na fakultet. Većina ispitanih profesora smatra da njihov fakultet ne posvećuje dovoljnu pažnju programima medijske i digitalne pismenosti. Prosečna ocena na skali od 1 do 5 za učinjeni efekat predmeta medijske i digitalne pismenosti je 3,6. **Od glavnih prednosti tih programa se izdvaja realno povećanje medijske i digitalne pismenosti,** lakše snalaženje u medijskom i digitalnom prostoru i kritičko razmatranje sadržaja. Kada su u pitanju nedostaci u samom sprovođenju programa medijske i digitalne pismenosti na fakultetima, najviše profesora je navelo nedovoljnu usklađenost programa sa realnim potrebama i promenama. Prema mišljenju profesora, **promovisanje** programa medijske i digitalne pismenosti trebalo bi najpre vršiti kroz obrazovne programe, a potom putem društvenih mreža. Kada je u pitanju nedostatak sa strane studenata, ispitani profesori većinski smatraju da su studentima najviše potrebne praktične veštine iz ove oblasti. Treba primetiti da je **svih deset profesora saglasno da medijska i digitalna pismenost zaslužuje poseban predmet na fakultetu.**

### 3. Percepcija studenata o opštoj medijskoj slici u Srbiji

Najpre će biti predstavljeni nalazi o percepciji studenata o opštoj medijskoj slici u Srbiji i u kojoj meri se oni sami informišu. **Najviše ispitanih studenata (43) reklo je da želi da se informiše sve dok to ne ometa svakodnevne obaveze**, a 17 njih je za sebe reklo da uvek traga za informacijama o aktuelnostima. **Samo jedan ispitanik je saopštio da uopšte ne želi da se informiše o aktuelnim dešavanjima**. Uopšteno, može se reći da studenti teže da budu informisani i da su zainteresovani za novosti iz zemlje i sveta. Prema obrazovnim ustanovama, najveću želju za informisanjem iskazali su studenti Filozofskog fakulteta, a najmanju studenti Fakulteta za medije i komunikaciju. Takođe, studenti prve godine su manje od ostalih navodili da uvek tragaju za informacijama o aktuelnostima.

Grafikon 3.1 – Da li biste za sebe rekli da ste neko ko... (apsolutni brojevi)



**Kada nalaze uporedimo sa onima iz 2019. godine videćemo da je procenat ispitanika koji za sebe kažu da uvek tragaju za informacijama o aktuelnim dešavanjima u zemlji i svetu opao sa 36% na 27%, dok je udeo studenata koji žele da se informišu sve dok im to ne ometa svakodnevne obaveze za 11 procentnih poena danas viši nego pre četiri godine.**

Sa studentima je prodiskutovano o najvećim problemima koji opterećuju medijski sektor u Srbiji. Zamoljeni su da samostalno istaknu dva najveća problema, a grafikon 2 sadrži zbirno sve odgovore koji su dati. **Najčešće je kao problem isticano plasiranje neistina, odnosno dezinformacija** (19 odgovora). Studenti koji su učestvovali u istraživanju su često navodili i loš sadržaj i nebitne informacije kao značajan problem –

takvih odgovora je 16. Isti je broj onih koji su istakli cenzuru i kontrolu medija od strane vlasti, čime su studenti naglasili nedostatak medijskih sloboda. Neretko su navođeni i nestručnost i neprofesionalizam novinara (12), te tabloidizacija i senzacionalizam (11). Pored toga, više puta su navođeni još i pristrasnost medija, rijaliti programi, zanemarivanje, te forsiranje određenih tema, loša uređenost nacionalne frekvencije i nasilje u medijima.

**Kada se upoređi sa prethodnim ciklusom, može se primetiti značajan porast percepcije da su dezinformacije veliki problem, kao i da je medijski sadržaj (sada) preplavljen nebitnim informacijama.**

*Grafikon 3.2 – Šta su, prema Vašem mišljenju, najveći problemi u medijskom sektoru u Srbiji? Navedite dva! (apsolutni brojevi, zbir dva odgovora)*



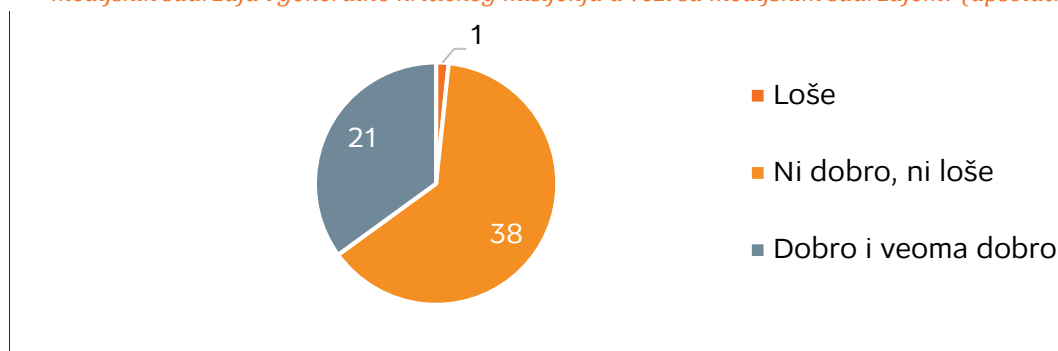
Studenti su vršili procenu svojih veština i kapaciteta za snalaženje u medijskom okruženju, odnosno u kojoj meri razumeju medijske sadržaje i kritički ih razmatraju. **Najviše ispitanika (38 njih) reklo je da njihovi kapaciteti za tako nešto nisu ni**



**naročito dobri, ali da nisu ni loši.** Da smatra da ima velike ili veoma velike kapacitete i sposobnosti da se snalaze sa medijskim sadržajima rekao je 21 ispitanik, a samo jedan je priznao da se loše snalazi u takvom okruženju. Studenti Fakulteta političkih nauka i Fakulteta za medije i komunikaciju su više nego drugi procenjivali sebe višim ocenama, a uporedno najniže ocene za svoje kapacitete i razumevanje davali su studenti Učiteljskog fakulteta.

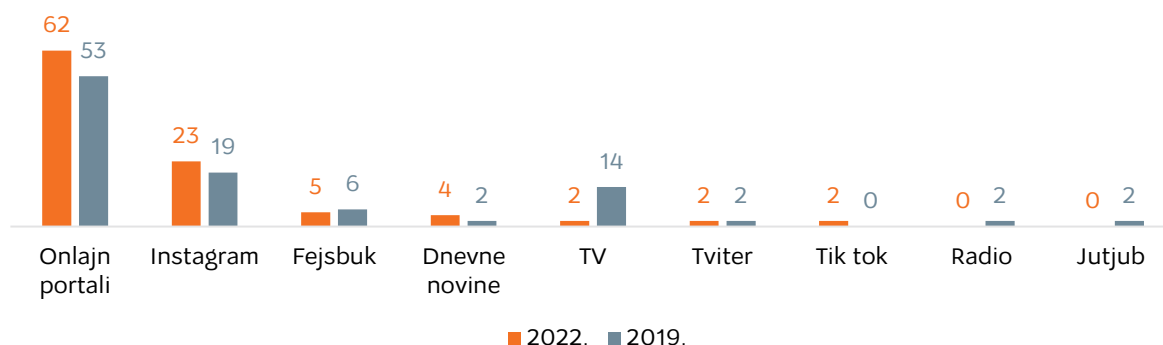
**U prethodnom istraživačkom ciklusu nalazi su nešto drugačiji – više je i onih koji se dobro i koji se loše snalaze sa medijskim sadržajima nauštrb osrednje kategorije.** U krajnjem slučaju, nalaz se može interpretirati na način da je tada više ispitanika imalo samopouzdanja da kaže da ima dobre ili veoma dobre kapacitete, ali sveukupno treba primetiti da je **sada samo jedan student rekao da ima loše kapacitete** (prošlog ciklusa ih je bilo 5).

*Grafikon 3.3 – Kako ocenjujete sopstvene kapacitete za orijentaciju u medijskom okruženju, razumevanju medijskih sadržaja i generalno kritičkog mišljenja u vezi sa medijskim sadržajem? (apsolutni brojevi)*



Kada su u pitanju vrste medija putem kojih se studenti najviše informišu, **opšti trend nije značajno promenjen – onlajn portali su dominantni, a potom Instagram u oba istraživačka ciklusa.** Ipak, treba primetiti da je **informisanje putem televizije opalo** – dok je u prethodnom ciklusu 14% ispitanika navelo TV, ove godine je to učinilo svega 2%, odnosno jedan ispitanik. Procenti su se raspodelili na dva najvažnija izvora informacija za studente – onlajn portale i Instagram. Muškarci su češće od žena navodili onlajn portale, dok su studentkinje više od muškaraca saopštavale da se informišu putem (različitih) društvenih mreža. Studenti svih fakulteta koji su deo uzorka se najpre informišu putem onlajn portala sa izuzetkom studenata Fakulteta organizacionih nauka, koji su češće navodili Instagram.

Grafikon 3.4 – Koji od dole navedenih medija najviše koristite za potrebe informisanja?, poređenje nalaza 2019. i 2022. godine (%)

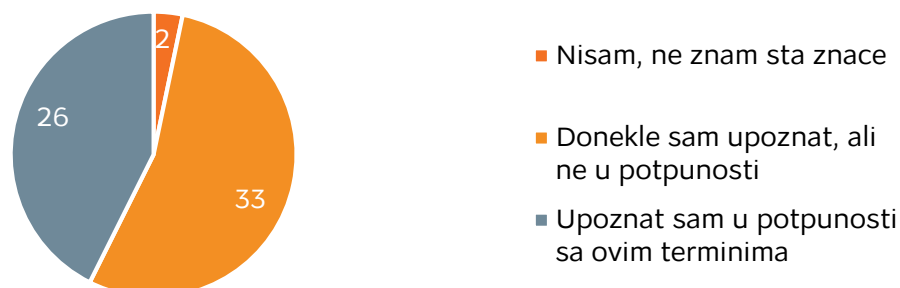


## 4. Medijska i digitalna pismenost na fakultetima u očima studenata

Studenti koji su učestvovali u razgovoru odgovarali su i na set pitanja koji se direktno tiču medijske i digitalne pismenosti i kako su te teme tretirane na fakultetu koji pohađaju. Najpre su upitani da li su uopšte upoznati sa terminima medijska i digitalna pismenost. **Više od polovine ispitanika (33 njih) reklo je da je donekle upoznato sa tim konceptima**, ali ne u potpunosti. Sa druge strane, 26 njih smatra da je u potpunosti upoznato sa konceptom medijske i digitalne pismenosti, a dva studenta rekla su da uopšte ne znaju šta ovi termini podrazumevaju. **Ispitanici sa Fakulteta za medije i komunikaciju su češće od drugih odgovarali da su upoznati sa medijskom i digitalnom pismenošću.**

U poređenju sa prethodnim ciklusom iz 2019. godine, udeli su isti i promena nema. Studenti su jednako upoznati sa medijskom i digitalnom pismenošću 2022. isto koliko su bile i njihove koleginice i kolege iz 2019.

Grafikon 4.1 – Da li ste upoznati sa terminima medijska i digitalna pismenost? (apsolutni brojevi)



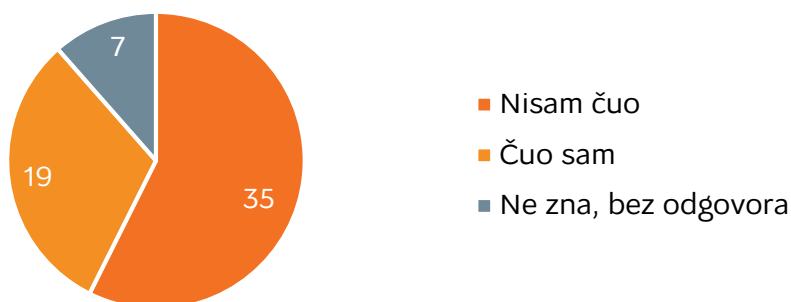
Ako se isključe studenti koji su rekli da ne znaju šta im je prva asocijacija na medijsku i digitalnu pismenost, najviše su taj termin ispitani studenti **poistovećivali sa pojmovima kao što je internet, društvene mreže, elektronski mediji i slično, kao i sa sposobnošću da se vrši selekcija i kritičko razmatranje medijskih i digitalnih sadržaja** (po 12 ispitanika). Deset ispitanika smatra da ovaj termin pre svega pokriva **sposobnost za razumevanje medijskog sadržaja u smislu upotrebe, pronalaženja i slično**. Šest studenata medijsku i digitalnu pismenost poistovećuje sa informisanošću, a troje je navelo da to podrazumeva razumevanje kako funkcionišu mediji i digitalni uređaji. Jedan ispitanik je medijsku i digitalnu pismenost povezao sa negativnom asocijacijom – prilikom za širenje lažnih vesti. Slični odgovori, kao i učestalost, davali su i studenti koji su učestvovali u istraživanju 2019. godine.

Grafikon 4.2 – Koja vam je prva asocijacija kada čujete medijska i digitalna pismenost? (apsolutni brojevi)



Studenti su upitani i da li su čuli za neki program koji se bavi medijskom i digitalnom pismenošću. U ovom aspektu nalazi su veoma slični sa prethodnim istraživačkim ciklusom iz 2019. godine. I ovaj put **većina nije čula za tako nešto** (35 odgovora), jedan deo jeste čuo (19 odgovora), dok preostali nisu bili sigurni kako da odgovore (7 studenata). **Studenti Fakulteta političkih nauka, Fakulteta za medije i komunikaciju i Učiteljskog fakulteta su pre čuli za takav program** (što i ne iznenađuje imajući u vidu da se na ovim fakultetima o medijskoj i digitalnoj pismenosti uči kroz ili posebne predmete ili u sklopu već postojećih predmeta), nego studenti Filozofskog fakulteta, Fakulteta organizacionih nauka i Filološkog fakulteta. Takođe, za takve programe su studenti prvih godina ređe čuli.

Grafikon 4.3 – Da li ste čuli za neki program koji se bavi medijskom i digitalnom pismenošću u okviru vašeg fakulteta? (apsolutni brojevi)

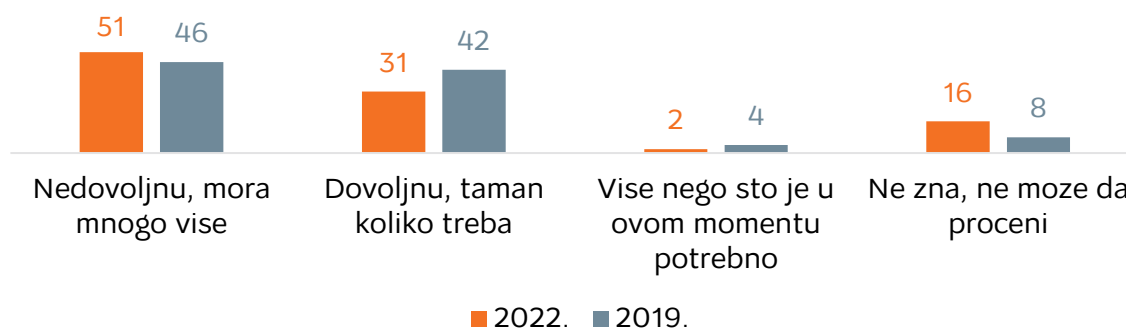


Oko pola studenata koji su razgovarali sa našim istraživačem rekli su da njihov fakultet ne posvećuje dovoljnu pažnju medijskoj i digitalnoj pismenosti. Mada je procenat onih koji to misle tek blago veći nego u poređenju sa prošlim ciklusom, treba primetiti i niži procenat onih koji su rekli da se posvećuje dovoljna pažnja, a rast i onih koji nisu znali da procene.

**Može se reći da je blago porasla svest studenata o potrebi za većom pažnjom na medijsku i digitalnu pismenost.**

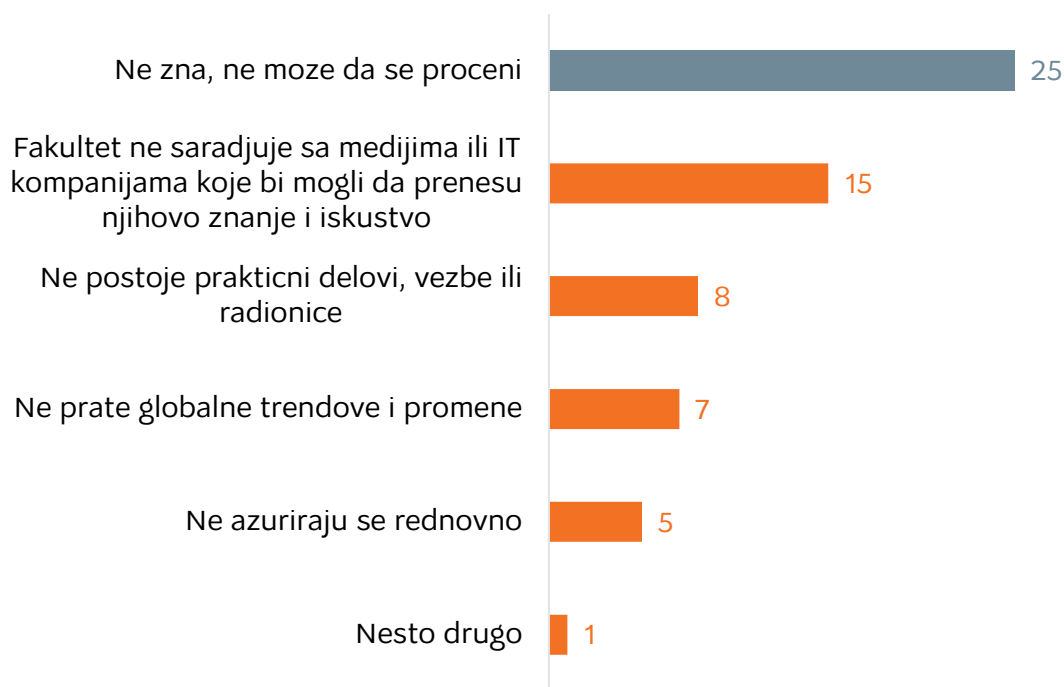
Studenti Filološkog i Filozofskog fakulteta više nego drugi govorili da se na njihovim fakultetima ne pridaje dovoljna pažnja programima medijske i digitalne pismenosti, a to uglavnom misle i studenti Fakulteta političkih nauka i Učiteljskog fakulteta. Sa druge strane, studenti Fakulteta za medije i komunikaciju uglavnom misle da se dovoljna pažnja posvećuje ovim programima, ali interesantno – i studenti Fakulteta organizacionih nauka.

*Grafikon 4.4 – Generalno uzev, koliku pažnju Vaš fakultet u svojim programima posvećuje medijskoj i digitalnoj pismenosti? (%)*



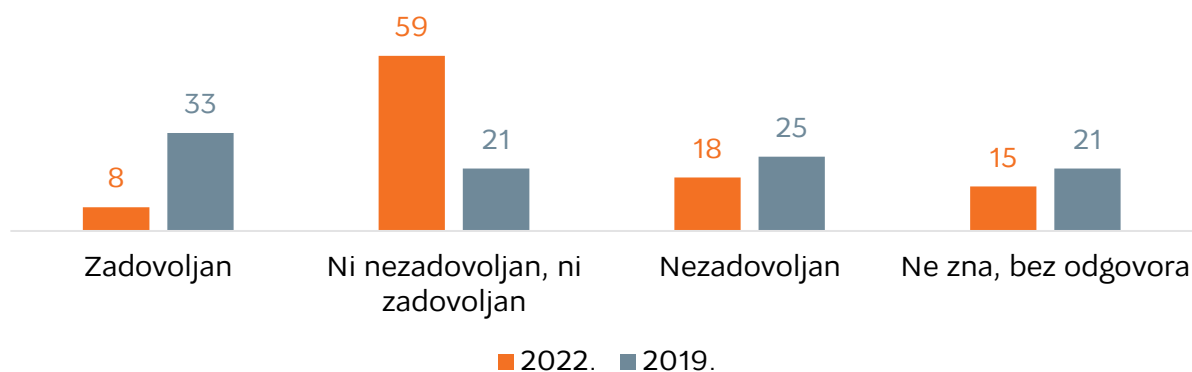
Ono što studenti najviše zameraju programima medijske i digitalne pismenosti na fakultetu koji pohađaju je isto ono što su zamerali i pre tri godine – pre svega to što fakultet ne saraduje sa medijima ili IT firmama koji bi mogli da prenesu znanje i iskustva na studente, kao i izostanak praktičnih vežbi i znanja. Pored toga, navođeno je da takvi programi ne prate globalne trendove i promene (7 odgovora), te da se ne ažuriraju redovno (5 odgovora) – što svakako jeste važno za programe ovog tipa. Studenti Fakulteta za medije i komunikaciju i Fakulteta organizacionih nauka su najčešće navodili nedostatak praktičnih vežbi, studenti Filozofskog i Filološkog fakulteta nedovoljnu povezanost ustanove sa IT firmama i medijima, studenti Fakulteta političkih nauka nedovoljno ažuriranje programa, a studenti Učiteljskog nedovoljno ažuriranje i nedovoljna povezanost sa firmama i medijima.

Grafikon 4.5 – Šta je vaša najveća zamerka programima na Vašem fakultetu koji se odnose na medijsku i digitalnu pismenost? (apsolutni brojevi)



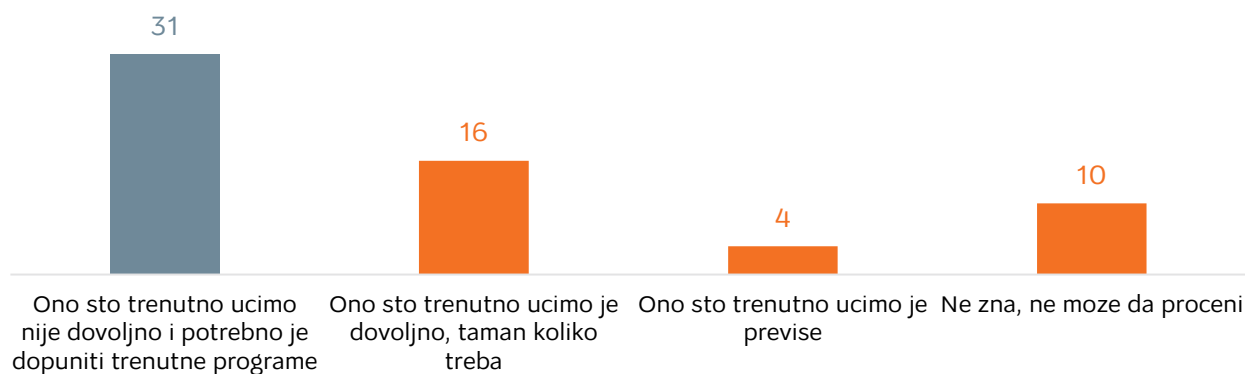
**Više od pola ispitanih studenata reklo je da nije ni nezadovoljno, a ni nešto naročito zadovoljno programima na fakultetu koji se bave medijskom i digitalnom pismenošću.** Sa druge strane, svega 8%, odnosno 5 ispitanika reklo je da je uglavnom ili vrlo zadovoljno takvim programima. U poređenju sa 2019. godinom, značajno je opao broj onih koji su rekli da su zadovoljni nauštrb kategorije onih koji programima nisu naročito ni zadovoljni, ni nezadovoljni.

Grafikon 4.6 – Generalno uzev, koliko ste zadovoljni programima na Vašem fakultetu koji se bave medijskom i digitalnom pismenošću? (%)



U razgovoru sa studentima, naš intervjuer je zaključio da je **najviše onih koji smatraju da je ono što trenutno na fakultetu uče o medijskoj i digitalnoj pismenosti nije dovoljno**, te da je potrebno dopuniti trenutne programe (31 student). Skoro duplo manje (16) je onih koji smatraju da je dovoljno što trenutno uče i da dodatnih proširivanja gradiva u ovom domenu nije potrebno. Svega 4 studenta smatra da je i previše ono što se o medijskoj i digitalnoj pismenosti sada uči. Nalazi iz ovog ciklusa su gotovo identični onima iz 2019. godine. Da postojeća posvećenost fakulteta programima medijske i digitalne pismenosti nije dovoljna **natprosečno smatraju ispitanice ženskog pola, uopšteno studenti prve godine, kao i studenti Filozofskog fakulteta.**

*Grafikon 4.7 – Da li mislite da Vaš fakultet treba da posveti veću pažnju programima medijske i digitalne pismenosti? (apsolutni brojevi)*



Studenti su upitani i šta bi bila jedna konkretna stvar koja je prioritetna i koju bi učinili u cilju poboljšanja programa medijske i digitalne pismenosti. Većina ispitanika (47 njih) rekla je da ne može da proceni, dok su preostalih 14 navodili raznovrsne odgovore. Navođeni su razvoj kritičke svesti među studentima, primena metoda iz razvijenijih društava, podsticanje kreativnosti, širenja znanja, saradnja sa organizacijama koje se bave medijskom i digitalnom pismenošću, praktičan rad, osposobljavanje studenata za upotrebu digitalnih programa, dodatne edukativne radionice, snažnije promovisanje takvih programa i kampanja, a jedan student je predložio uvođenje posebnog predmeta koji bi se bavio odnosom medija, države i politike.

**Kao i u prošlom istraživačkom ciklusu, najviše je odgovora da je među studentima najbolje medijsku i digitalnu pismenost promovisati kroz društvene mreže.** Ukupno je takvih odgovora 39, ali treba imati u vidu da su ispitanici davali do dva odgovora. Potom, kao i prošli put, ističe se **jačanje obrazovnih programa** kao najbolji način za promovisanje (28 odgovora). U nešto manjem broju pominju se direktni kontakt (15), kulturni i umetnički programi (12) i velike medijske kampanje (7). Ono što

se može primetiti jeste da je uporedno gledano opala učestalost isticanja velikih medijskih kampanja, što nije iznenađenje uzimajući u obzir da je opao broj studenata koji se informišu putem televizije, kao što je ranije bilo i predstavljeno.

*Grafikon 4.8 – Na koji način je najbolje među studentima promovisati važnost medijske i digitalne pismenosti? Moguća dva odgovora! (apsolutni brojevi)*

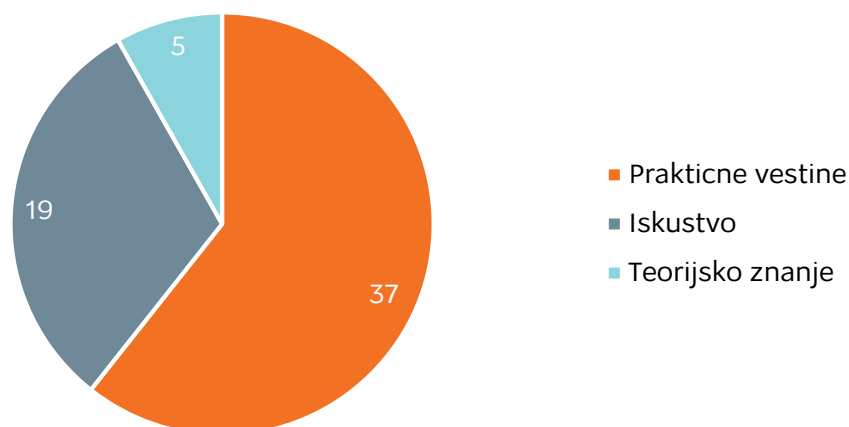


Da su društvene mreže dobar način za promovisanje važnosti medijske i digitalne pismenosti natprosečno smatraju studenti Fakulteta organizacionih nauka i Filozofskog fakulteta. Treba primetiti da su studenti Filozofskog fakulteta natprosečno navodili jačanje obrazovnih programa, što je u skladu sa prethodno navedenim da su studenti ovog fakulteta više nego drugi smatrali da ono što se uči o medijskoj i digitalnoj pismenosti na fakultetu nije dovoljno. Direktan kontakt kao metod su najpre navodili studenti Fakulteta za medije i komunikaciju, dok je polovina studenata Filološkog fakulteta koji su učestvovali u istraživanju kao jedan od odgovora navodila kulturne i umetničke programe. Velike medijske kampanje su natprosečno navodili studenti Fakulteta političkih nauka.

Takođe, nije se ništa promenilo u percepciji potreba studenata u pogledu medijske i digitalne pismenosti – i ovaj put je **većina stavila akcenat na praktične veštine** (37 odgovora), nešto manje na iskustvo (19 odgovora), a najmanje ispitanika smatra da je studentima najpotrebnije teorijsko znanje (5 odgovora). Trećina studenata sa Filozofskog fakulteta koji su učestvovali u istraživanju je navelo teorijsko znanje, što odudara od odgovora ostalih. To nije iznenađujuće, uzimajući u obzir da su kroz odgovore na prethodna pitanja stavili do znanja da nemaju adekvatne predmete koji pokrivaju medijsku i digitalnu pismenost.



Grafikon 4.9 – Generalno uzev, iz ugla medijske i digitalne pismenosti, šta je najviše potrebno studentima?  
(apsolutni brojevi)

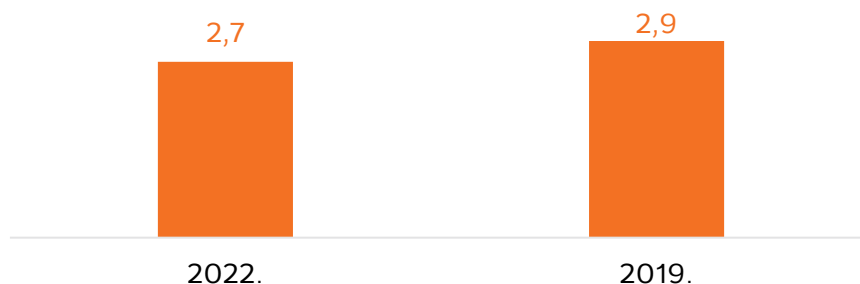


## 5. Percepcija nastavnika na visokoškolskim ustanovama o medijskoj i digitalnoj pismenosti

Profesori koji su učestvovali u istraživanju su najpre zamoljeni da izdvoje dva najveća problema kada je u pitanju medijska i digitalna pismenost u Srbiji. Nekoliko profesora istaklo je **nedovoljnu edukaciju u ovoj oblasti i pojasnili su da je neophodan sistematski pristup i da ovi programi prožimaju čitav obrazovni sistem**, te da ne postoji jasni kontinuitet učenja ovih programa. Istaknuto je da parcijalno i projektno bavljenje ovim pitanjem nije beznačajno, ali i da je nedovoljno u poređenju sa sveobuhvatnim pristupom. Relevantan odgovor za obrazovni sistem je i da nastavnici i roditelji nemaju dovoljni nivo medijske i digitalne pismenosti, a sledstveno tome deca ne mogu naučiti to od njih. S tim u vezi, profesori su istakli i da postoji svojevrsna **individualizacija odgovornosti za ovu oblast, odnosno da su pojedinci prepušteni sami sebi**. U oblasti obrazovnog sistema, jedan profesor istakao je i nedovoljnu praktičnost programa koji se bave medijskom i digitalnom pismenošću. Nekoliko profesora istaklo je sveopštu medijsku i digitalnu nepismenost među stanovništvom, a kao prepreku vide i samouverenost mnogih (bez pokrića) da se dobro snalaze u medijskom i digitalnom svetu. Mišljenje koje se takođe pojavljuje jeste da veliki problem izostanak kritičkog pristupa kada se „ulazi“ u medijski i digitalni svet.

Profesori su skalirali **znanje studenata koji dolaze na fakultet iz oblasti medijske i digitalne pismenosti**, pri čemu je ocena 1 najniža, a ocena 5 najviša. **Prosečna ocena iznosi 2,7, što je blago niže u poređenju sa 2019. godinom.**<sup>1</sup>

*Grafikon 5.1 – Kako ocenjujete medijsku i digitalnu pismenost studenata koji Vam dolaze na fakultet?  
(prosečna ocena, skala od 1 do 5)*



Najniža ocena je 2, a najviša 4 – profesori se nisu odlučivali za „ekstreme”, tj. za najniže i najviše ocene.

**Većina ispitanih profesora, tj. šest njih, mišljenja je da njihov fakultet ne posvećuje dovoljnu pažnju programima medijske i digitalne pismenosti**, troje smatra da se posvećuje dovoljna pažnja, dok je jedan čak mišljenja da se o tome uči i više nego što je neophodno. Jedan profesor je naglasio da njegov fakultet uopšte nema predmet koji se bavi ovom temom, pet je navelo da postoji predmet, ali medijska i digitalna pismenost nije primarna tema, dok je preostalih četiri reklo da na njihovim fakultetima postoji predmet koji je posvećen upravo i primarno medijskoj i digitalnoj pismenosti.

Devetoro ispitanih profesora koji su rekli da na svom fakultetu imaju predmet koji se bar delimično bavi medijskom i digitalnom pismenošću su davali ocene od 1 do 5 za **efekte primene tog predmeta**. I ovde je **prosečna ocena** nešto niža od 2019. i iznosi **3,6**. Najniža data ocena je 2, a najviša 5.

<sup>1</sup> Treba imati u vidu da je istraživanje kvalitativno i da su manja odstupanja moguća i bez realne promene, s obzirom na uzorak profesora.

Grafikon 5.2 – Koliko ste zadovoljni efektima primene predmet koji je posvećen medijskoj i digitalnoj pismenosti? (prosečna ocena, skala od 1 do 5)



Ovih devet profesora je zamoljeno i da navedu jednu **pozitivnu stvar u vezi sa efektima primene programa** na svojim fakultetima. **Najviše odgovora se tiče realnog povećanja medijske i digitalne pismenosti, lakšeg snalaženja u medijskom i digitalnom prostoru i kritičko razmatranje sadržaja.** Dvoje profesora je istaklo veliko interesovanje za predmet kao pozitivan efekat, a jedan smatra da im ovaj predmet može otvoriti vrata u karijernom smislu, ukoliko se program bude dalje uvodio u obrazovni sistem. Takođe, jedan profesor je pojasnio da program tek treba da krene od naredne školske godine. Od **mana programa** medijske i digitalne pismenosti profesori su navodili činjenicu da je i dalje izborni predmet, da ga je teško uklopiti sa različitim studijskim grupama u pogledu termina, da ima malo prijavljenih studenata, a jedan profesor smatra i da taj predmet treba da se uči još od prve godine studija kada su u pitanju studenti žurnalistike. Pored toga, dato je mišljenje da je preveliki akcenat stavljen na digitalnu pismenost. Jedan profesor je rekao da ne vidi neku konkretnu manu, a poslednji je kao i na prethodno pitanje odgovorio da program tek treba da krene.

Kada su u pitanju nedostaci u samom sprovođenju programa medijske i digitalne pismenosti na fakultetima, **polovina profesora je navela nedovoljnu usklađenost programa sa realnim potrebama i promenama.** Troje je navelo nedovoljnu obučenost predavača, a jedan ispitanik smatra da ne postoji dovoljan fond časova. Poslednji ispitanik je rekao da nema nikakvih problema u sprovođenju programa. Profesori su takođe upitani i šta bi prioritetno trebalo unaprediti u programima medijske i digitalne pismenosti. Najviše odgovora tiče se upravo ažuriranja programa – odnosno da **programi moraju biti „u koraku s vremenom“**, a jedan profesor predlaže i da se vrši obavezna revizija na godišnjem nivou. Jedan profesor smatra da je potrebno više uraditi na promociji i isticanju važnosti takvog predmeta, a jedan odgovor se tiče širenja predmeta na opštu populaciju, odnosno da je potrebno programe medijske i

digitalne pismenosti proširiti na što veći broj ljudi. Takođe, jedan profesor je istakao da je potrebno više prakse uvesti u takve programe.

**Promovisanje programa medijske i digitalne pismenosti trebalo bi prioritarno vršiti kroz obrazovne programe, smatraju profesori.** Na drugom mestu po učestalosti nalaze se društvene mreže, a nešto ređe su navođeni direktni kontakt, velike medijske kampanje, kulturni i umetnički programi, kao i kroz praktične zadatke i takmičenja studenata kroz studije slučaja.

Šestoro profesora je na pitanje šta je potrebno studentima u ovoj oblasti navelo **praktično znanje**, dva teorijsko, a dvoje profesora je insistiralo na podjednako važnosti teorijskog i praktičnog znanja.

**Svih deset profesora je stava da medijska i digitalna pismenost zaslužuju zaseban predmet na fakultetu, jer je to opravdano i postoji potreba.** U prethodnom istraživanju iz 2019. godine, taj odgovor dalo je šest profesora.

## 6. Preporuke budućih aktivnosti i daljih istraživanja

Uzimajući u obzir da su studenti i profesori prilično svesni značaja medijske i digitalne pismenosti, kao i da uviđaju prostor za uvođenje ili unapređenje predmeta koji bi pokrивao ovu oblast, izrađen je **set uopštenih i konkretnih preporuka**:

- Posebna pažnja prilikom izrade programa potrebna je studentima Učiteljskog fakulteta, s obzirom da takvi programi trebaju opremiti buduće prosvetne radnike znanjem o medijskoj i digitalnoj pismenosti, koja bi se dalje prenosila na učenike;
- Programe osmisliti na način da sadrže praktičan rad i primere kako bi studenti lakše razumeli svrhu i stekli praktična znanja za razumevanje i kritičko konzumiranje medijskog i digitalnog sadržaja;
- Uneti dinamiku u programe kroz gostovanja spoljnih predavača iz medija i IT sektora;
- Vršiti stalnu reviziju programa u cilju osavremenjivanja i praćenja novih trendova;
- Vršiti evaluaciju programa;

- Promovisati programe medijske i digitalne pismenosti kroz jačanje obrazovnih programa i putem „novih medija“, odnosno društvenih mreža (pre svega Instagrama) i onlajn portala;
- Razmotriti uvođenje ili jačanje gradiva iz medijske i digitalne pismenosti već u prvu godinu studija, naročito za pojedine profile (npr. novinarski smer);
- Razmotriti uvrštavanje posebnog predmeta medijske i digitalne pismenosti među obavezne, ukoliko se učinak tih predmeta pokazao kao efektivan.



**USAID**  
OD AMERIČKOG NARODA



**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.