

Izveštaj iz istraživanja javnog mnjenja

PERCEPCIJA ZAPOSLENIH U JAVNOJ UPRAVI O MEDIJSKOJ I DIGITALNOJ PISMENOSTI

SADRŽAJ

1	METODOLOŠKE NAPOMENE I OPIS UZORKA	1
2	UVODNE NAPOMENE	3
3	SAŽETAK	3
4	DRUŠTVENE MREŽE	5
5	„STARA“ I „NOVA“ MEDIJSKA PISMENOST	9
6	BEZBEDNOST NA INTERNETU	15
7	SAMOEVALUACIJA ZAPOSLENIH U JAVNOJ UPRAVI	17
8	MEDIJSKA I DIGITALNA PISMENOST U JAVNOJ UPRAVI GENERALNO	23
9	GDE DALJE?	25

METODOLOŠKE NAPOMENE I OPIS UZORKA

Istraživanje realizovali	Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID) i Nacionalna akademija za javnu upravu u okviru "Inicijative za novu medijsku i digitalnu pismenost" koju sprovodi Propulsion u partnerstvu s Američkom agencijom za međunarodni razvoj (USAID)
Terenski rad	U periodu između 28.aprila i 14. maja 2021
Tip i veličina uzorka	1083 ispitanika iz javne uprave
Istraživačka tehnika	CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)
Istraživački instrument	Upitnik koji se sastojao od 41 varijable

OPIS UZORKA

Na osnovu metodologije koja je uspostavljena prilikom sprovođenja ovog istraživanja obuhvaćene su sledeće kategorije ispitanika:

Polna struktura ispitanika: 32% muškaraca i 68% žena.

Starost ispitanika: do 30 godina – 6%, od 31 do 40 godina – 24%, od 41 do 50 godina – 38%, od 51 do 65 godina – 32%

Prosečna starost ispitanika iznosi 52 godine.

Obrazovna struktura ispitanika: srednja škola 16% ispitanika, visoka škola 6% ispitanika, fakultetsko obrazovanje 58% ispitanika, master 16%, doktorat 4%

Zaposleni ste u: državnom organu 48%, organu AP Vojvodina 5%, jedinici lokalne samouprave 47%

Samo za zaposlene u državnim organima - **U kojoj vrsti državnog organa radite:** najviši republički organ – 1%, samostalni republički organ ili nezavisno telo – 10%, ministarstvo ili organ uprave u okviru ministarstva – 64%, služba Vlade – 3%, posebna organizacija – 12%, upravni okrug – 4%, organizacija za obavezno socijalno osiguranje – 6%

Poslove rukovođenja obavlja 30% ispitanika.

Organizaciona jedinica: organizaciona jedinica za komunikaciju – 3%, neka druga organizaciona jedinica - 97%

Zvanje: Državni službenik na položaju – 3%, Viši savetnik – 9%, Samostalni savetnik – 25%, Savetnik – 26%, Mlađi savetnik – 6%, Saradnik – 6%, Mlađi saradnik – 1%, Viši referent – 11% Referent – 5%, Ostalo – 8%

Region: Vojvodina – 29%, Beograd – 44%, Zapadna Srbija sa Šumadijom – 14%, Južna i Jugoistočna Srbija – 13%.

Region zaposleni u jedinicama lokalne samouprave: Vojvodina – 37%, Beograd – 22%, Zapadna Srbija sa Šumadijom – 21%, Južna i Jugoistočna Srbija – 20%.

Prosečna godina radnog iskustva ispitanika iznosi 15 godine.

Ispitanici koji rade u organizacionim jedinicama za komunikacije prosečno imaju 19 godina radnog iskustva.

2 UVODNE NAPOMENE

Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID) i **Nacionalna akademija za javnu** upravu su sproveli ispitivanje percepcije zaposlenih u javnoj upravi o medijskoj i digitalnoj pismenosti u periodu između 28. aprila do 14. maja 2021. godine na teritoriji na teritoriji Republike Srbije bez Kosova i Metohije. Ispitivanje je ostvareno u okviru "Inicijative za novu medijsku i digitalnu pismenost" koju sprovodi Propulsion u partnerstvu s Američkom agencijom za međunarodni razvoj (USAID).

Cilj istraživanja je utvrđivanje stavova i percepcije zaposlenih u javnoj upravi o znanju i veštinama koje poseduju u oblasti medijske pismenosti. Svi odgovori sakupljeni u istraživanju tretirani su u skladu sa Zakonom o zaštiti podataka o ličnosti i internim CeSID-ovim Pravilnikom o zaštiti podataka o ličnosti. Samo istraživanje je bilo anonimno, a kroz istraživački izveštaj koji je pred vama su predstavljeni sumirani rezultati.

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

3 SAŽETAK

Nalazi istraživanja pokazuju da je **među zaposlenima u javnoj upravi najkorišćenija mreža YouTube, koju koristi 96% ispitanika**. Na drugom mestu se nalazi **Facebook, kao mreža na kojoj naloge ima 74% ispitanih**. Instagram, LinkedIn i Twitter su zastupljeni u manjoj meri, pa je tako na Instagramu 55% zaposlenih u javnoj upravi, LinkedIn profili imaju 31% ispitanika, a Twitter naloge 24%. Posmatrano po učestalosti korišćenja, nalazi pokazuju da **više od polovine zaposlenih u javnoj upravi svakodnevno (jednom ili više puta dnevno) koristi Facebook i YouTube, što ove dve mreže čini najčešće korišćenima**. YouTube i Instagram su mreže koje svakodnevno najčešće upotrebljavaju oni ispitanici koji imaju do 30 godina, dok je Facebook češće zastupljen među ispitanicima starosti od 30 do 40 godina.

Apsolutna većina ispitanika **visoko rangira svoja znanja i veštine u oblasti medijske pismenosti**, pa tako 82% zaposlenih u javnoj upravi navodi da proverava informacije koje dobija putem medija iz više različitih izvora; 81% smatra da može da proceni koliko korist od informacija u sadržajima koje prate, a 83% tvrdi da razume kako Facebook, Instagram i druge mreže rangiraju i prikazuju sadržaje. Blago odstupanje nalazimo u slučaju proveravanja da li tekst potkrepljuje tvrdnju koja je izneta u naslovu. U slučaju ove izjave, potvrđan odgovor beležimo kod 67% ispitanika, dok 33% navodi negativan odgovor. Uočava se i statistička veza između demografskih karakteristi-

ka ispitanika i načina na koji samovrednuju svoje veštine i znanja u oblasti medijske pismenosti, pa su tako stariji ispitanici nešto više oprezni pri informisanju dok mlađi lakše procenjuju ko ima korist od informacija koje se plasiraju u medijima. Rast broja godina ispitanika smanjuje i svest o načinu na koji Facebook, Instagram i druge mreže rangiraju i prikazuju sadržaje, dok na njega obrnuto utiče navika korišćenja društvenih mreža. Takođe, muškarci su skloniji da svoj nivo veština i znanja u oblasti medijske pismenosti ocenjuju pozitivno.

Kada je reč o **poznavanju digitalnih aplikacija, alata i tehnika, od ukupno 10 merenih tvrdnji, kod osam tvrdnji nalazimo absolutnu većinu ispitanika koji navode potvrđne odgovore**, što ponovo ukazuje da zaposleni u državnoj upravi visoko vrednuju svoja znanja i veštine. Tako **između 90% i 99% ispitanika navodi da: zna da obradi tekstualni dokument, koristi istoriju pretrage, s lakoćom pronalazi sadržaje, šalje poruke putem aplikacija za komunikacije, vodi računa o svojim lozinkama, zna da napravi tabelu ili bazu podataka i zna da pronađe i instalira korisne aplikacije**. 70% ispitanika zna da napravi prezentaciju od nekom od adekvatnih programa. Značajno niži procenat potvrđnih odgovora uočava se kod snimanja i montiranja video klipa, odnosno njegovog postavljanja na internet, što su radnje koje zna da sproveđe 39% ispitanika. Na poslednjem mestu nalazi se znanje pravljenje bloga (u Word Press-u ili Weebly-iju), gde pronalazimo 21% zaposlenih u javnoj upravi koji navode potvrđan odgovor. I u ovom slučaju, uočavaju se statistički relevantne razlike u odnosu na starost i pol ispitanika.

Ispitanici su odgovarali na set pitanja koji se odnosi na privatnost i sigurnost na internetu. U tri od četiri tvrdnje nalazimo absolutnu većinu potvrđnih odgovora: tako **77% zaposlenih u javnoj upravi zna čemu služi „politika kolačića“ (cookie policy)**, **71% zna kako da zaštiti lične podatke na internetu**, a **64% ispitanika navodi da je upoznato sa Opštom odredbom o zaštiti podataka o ličnosti (GDPR) i novim Zakonom o zaštiti podataka o ličnosti**. Kod samo jedne tvrdnje, trend je obrnut, pa tako **tek nešto više od trećine zaposlenih u javnoj upravi, 36%, čita politiku kolačića**. Korisnici LinkedIn-a su u značajno većoj meri davali potvrđne odgovore na ove tvrdnje,

Najveći procenat ispitanika, njih **60%**, navodi da postoje neke informacione tehnologije koje im nisu potpuno jasne. Svega 18% ispitanika koji su naveli da postoje neke stvari kod korišćenja informacionih tehnologija da im nisu potpuno jasne, ili da nema stvari koje su im jasne, je navelo konkretan problem sa kojim se suočavaju kod korišćenja informacionih tehnologija. **Među problemima se izdvajaju nove aplikacije – 3%, zaštita ličnih podataka i pristup lozinkama – 3%, korišćenje elektronskih sertifikata 2%**.

Kada je u pitanju **prepoznavanje lažnih vesti, propagande i spina**, najveći procenat ispitanika, njih 40% navodi da u potpunosti ima znanja/kompetencije u ovoj oblasti, dok još 29% anketiranih kaže da ima znanja i kompetencije. Prosečna ocena koju zaposleni daju svojim kompetencijama u ovoj oblasti je 4,07. Svoja znanja i kompe-

tencije u polju kritičkog čitanja i razumevanja sadržaja anketirani ocenjuju ocenom 4,3. Više od polovine ispitanika smatra da u potpunosti ima kompetencije kad je u pitanju kritičko čitanje i razumevanje sadržaja (53%), dok još nešto manje od četvrtine navodi da ima znanja/kompetencije (24%). U slučaju razumevanja medija, i načina na koji rade i odlučuju, tačno polovina ispitanika navodi da u potpunosti ima znanja/kompetencije u ovoj oblasti, dok još 26% kaže da ima znanja i kompetencije. Prosečna ocena koju zaposleni u javnoj upravi daju za svoje veštine/kompetencije u oblasti prosečnu ocenu 4,27.

Postojeće kompetencije zaposlenih u javnoj upravi da komuniciraju sa javnošću više od polovine učesnika u istraživanju ocenjuje kao dovoljne za osnovne stvari, ali ne i za stratešku komunikaciju – 60%. Zaposleni u javnoj upravi postojeće kompetencije njihovih kolega po pitanju snalaženja sa najnovijim informacionim tehnologijama koje su im potrebne za obavljanje posla ocenjuju prosečnom ocenom **3,17**. Važnost medijske pismenosti prepoznaće ogromna većina ispitanika, pa tako **imamo 52% zaposlenih u javnoj upravi koji kažu da veća medijska pismenost može u velikoj meri da doprinese kvalitetu rada javne uprave.** Da donekle može da doprinese navodi još trećina ispitanika (33%). Tek 1% ispitanika kaže da veća medijska pismenost uopšte ne može da doprinese kvalitetu rada.

Najveći procenat ispitanika, njih 41%, navodi da bi bili spremni da učestvuju u obukama, kao i da smatraju da je medijska pismenost jedna od važnijih tema za obuke. Još 36% učesnika u istraživanju nam je reklo da su spremni da umu učešće iako prema njihovom stanovištu ima i važnijih tema kada su u pitanju obuke za javne službenike. **Pitanje bezbednosti na internetu** (37% odgovora), kao i **kreiranje i priprema sadržaja za medije** (27% odgovora) su dve oblasti koje su zaposleni u javnoj upravi najčešće izdvajali kao one oblasti u kojima im je potrebno dalje usavršavanje.

4

DRUŠTVENE MREŽE

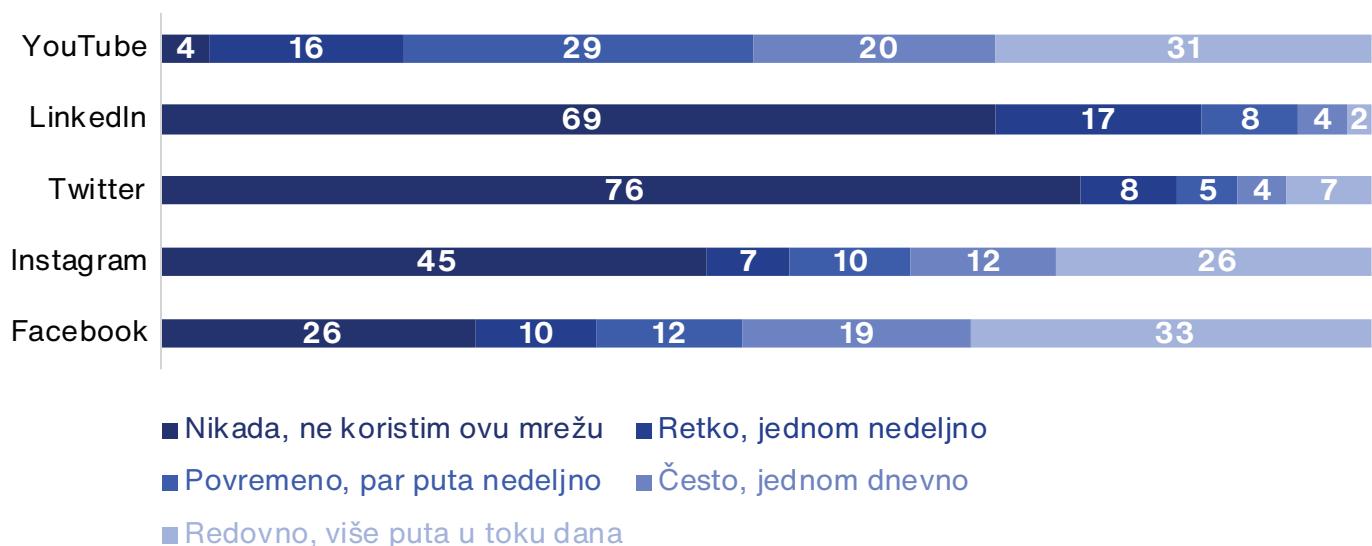
Sa ciljem utvrđivanja učestalosti korišćenja društvenih mreža od strane zaposlenih u javnoj upravi, izdvojeno je pet društvenih mreža – Facebook, Instagram, YouTube, Twitter i LinkedIn.

Nalazi istraživanja pokazuju da je **među zaposlenima u javnoj upravi najkorišćenija mreža YouTube, koju koristi 96% ispitanika.** Više od polovine ispitanika, 51% ovu mrežu upotrebljava jednom ili više puta u toku dana, nešto manje od trećine (29%) nekoliko puta nedeljno, a oko 16% jednom nedeljno. Na drugom mestu se nalazi **Facebook, kao mreža na kojoj naloge ima 74% ispitanih, i ovaj medij je na prvom mestu po učestalosti upotrebe – 52% ispitanika koristi Facebook svakodnevno.** Još 12% ga

5

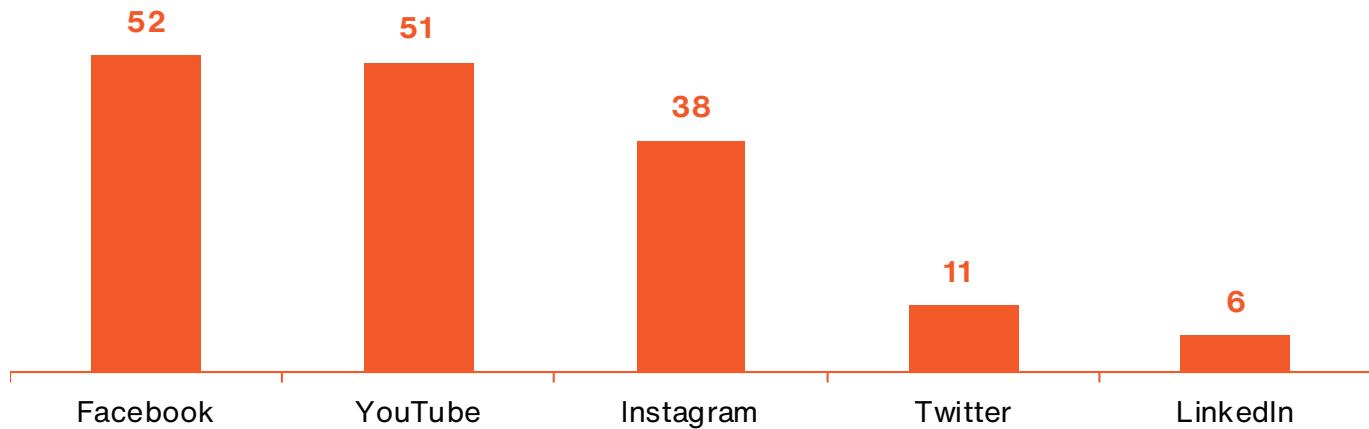
koristi više puta nedeljno, a svaki deseti zaposleni u javnoj upravi ulazi na ovu mrežu retko, jednom nedeljno. **Više od polovine ispitanika koristi i Instagram** – 55%: 38% svakodnevno, 10% par puta nedeljno i 7% ređe.

LinkedIn koristi nešto manje od trećine zaposlenih u javnoj upravi – zbirno 31%, od čega najveći deo nema naviku da ovu mrežu koristi redovno ili učestalo, već je posećuje retko, jednom nedeljno. Svakodnevnu upotrebu LinkedIn-a navodi 6% ispitanika. Konačno, **najmanje korišćena mreža među ispitivanom ciljnom grupom je Twitter**, koju koristi manje od četvrtine zaposlenih u javnoj upravi, odnosno 24%. Svaki deveti ispitanik Twitter koristi svakodnevno, još 5% povremeno, a 8% na ovu mrežu ulazi retko – jednom nedeljno.



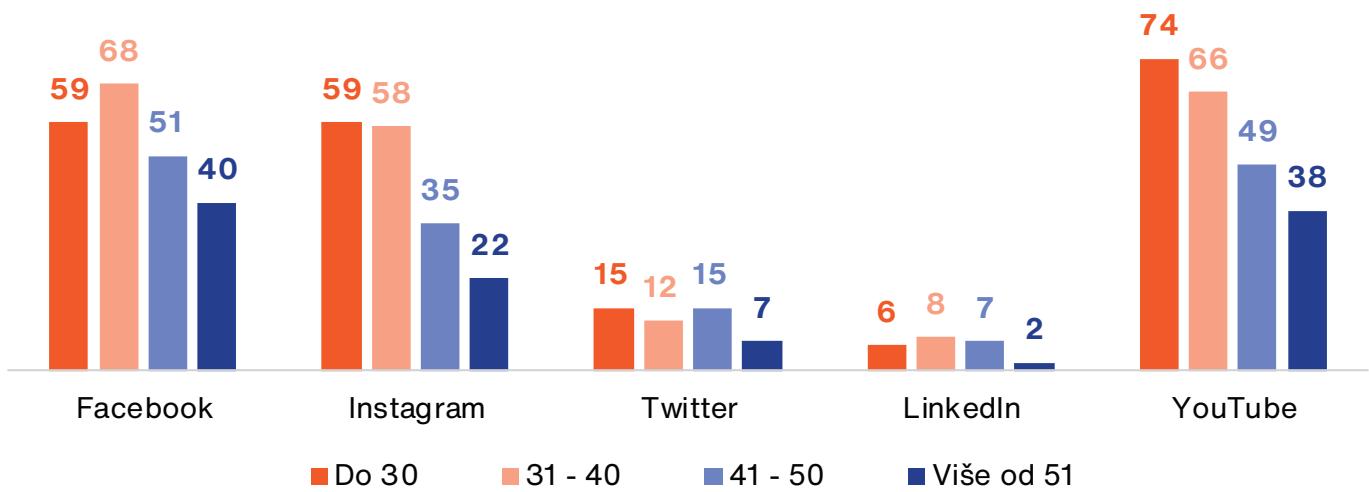
Grafikon 4.1. Da li, i ako da, koliko često koristite sledeće društvene mreže?, u %

Posmatrano po učestalosti korišćenja, nalazi pokazuju da **više od polovine zaposlenih u javnoj upravi svakodnevno (jednom ili više puta dnevno) koristi Facebook i YouTube, što ove dve mreže čini najčešće korišćenima – 52% i 51%** (grafikon 4.1). Na trećem mestu je Instagram, koji svakodnevno koristi 38% ispitanika, Twitter redovno koristi svaki deveti ispitanik (11%), dok je na poslednjem mestu LinkedIn, koga svakodnevno upotrebljava 6% ispitanih – grafikon 4.2.



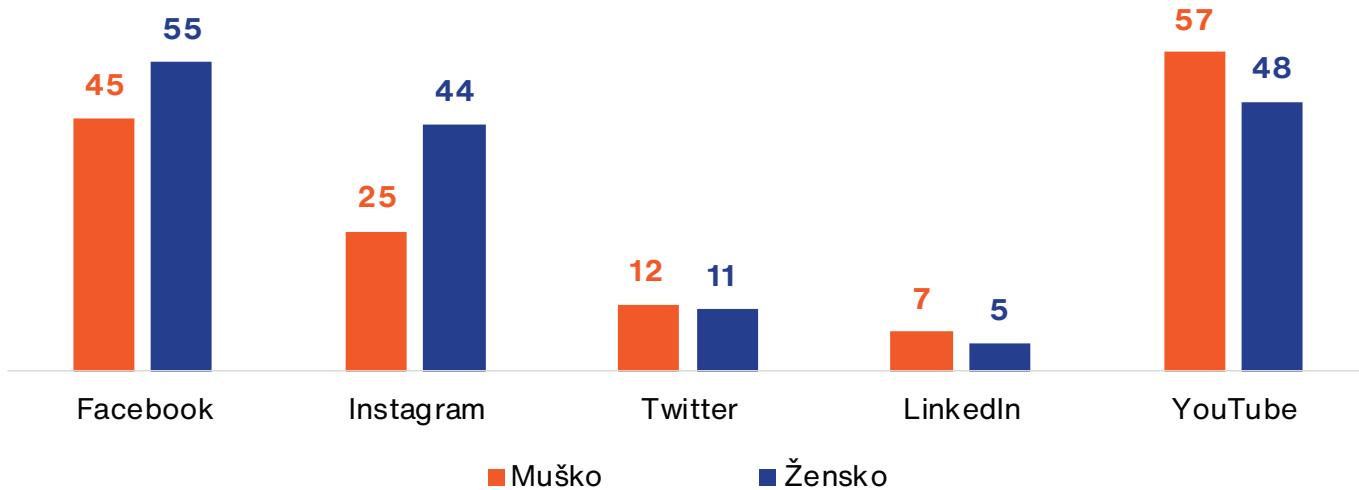
Grafikon 4.2. Svakodnevno korišćenje društvenih mreža (zbirno predstavljeni odgovori „često, jednom dnevno“ i „redovno, više puta u toku dana“), u %

Očekivano, uočavaju se razlike u navikama korišćenja svakodnevnog korišćenja društvenih mreža kada se razmotre demografske karakteristike ispitanika. Kao što je prikazano na grafikonu 4.3, **YouTube i Instagram su mreže koje svakodnevno najčešće upotrebljavaju oni ispitanici koji imaju do 30 godina:** 74% zaposlenih u javnoj upravi u ovoj starosnoj kategoriji koristi YouTube, a 59% ih koristi Instagram. Poređenja radi, YouTube redovno koristi dvostruko manje ispitanika koji imaju više od 51 godine (38%), dok je u slučaju Instagrama taj procenat još niži i iznosi 22%. Sa druge strane, **Facebook iznad proseka svakodnevno koriste oni ispitanici koji imaju od 30 do 40 godina** (njih 68%), a visok je procenat i onih najmlađih – 59%. Redovna upotreba ove mreže opada sa rastom godina, pa tako 51% zaposlenih u javnoj upravi starosti od 41 – 50 godina koristi Facebook, odnosno 40% onih u najstarijoj starosnoj grupi. **Twitter** jednako koriste oni do 30 godina i oni ispitanici od 41 – 50 godina, po njih 15%, dok je redovna upotreba **LinkedIn-a** nešto viša kod zaposlenih u javnoj upravi koji imaju od 31 do 50 godina.



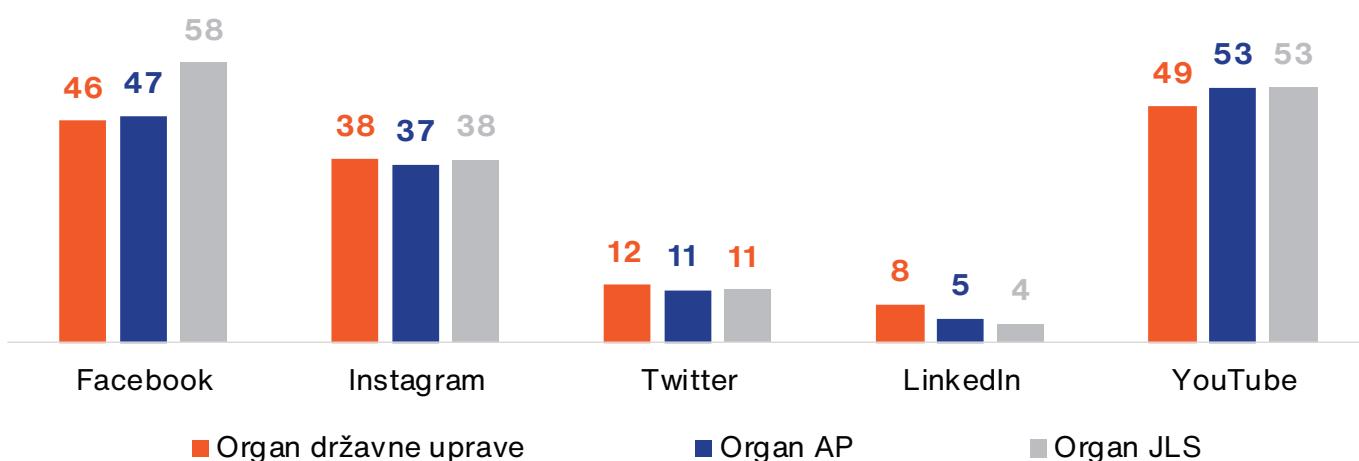
Grafikon 4.3. Svakodnevno korišćenje društvenih mreža, prema starosti ispitanika, u %

Razlike u navici svakodnevnog korišćenja mreža se uočavaju i prema polu ispitanika. Tako žene više nego muškarci koriste Facebook – njih 55% u odnosu na 45% muškaraca, kao i Instagram – 44% pripadnica ženskog pola i 25% muškaraca. U slučaju YouTube-a i LinkedIn-a, nalazimo obrnute pokazatelje: ove dve mreže redovno više koriste muškarci nego žene: 57% naspram 48% u slučaju YouTube-a, odnosno 7% naspram 5% u slučaju LinkedIn-a.



Grafikon 4.4. Svakodnevno korišćenje društvenih mreža, prema polu ispitanika, u %

Konačno, odgovori se mogu razvrstati i prema organu u kome rade ispitanici – grafikon 4.5. Jedine značajnije razlike koje je važno izdvojiti kada je reč o svakodnevnom korišćenju društvenih mreža jesu upotreba Facebook-a, koja je izraženija kod ispitanika koji su zaposleni u organima jedinica lokalnih samouprava – ovu mrežu koristi 58% zaposlenih na lokalnom nivou, naspram 46% zaposlenih u organima državne uprave. Nešto manja razlika uočljiva je i u slučaju YouTube-a, koji svakodnevno koristi po 53% zaposlenih u organima Autonomne pokrajine i u organima jedinica lokalne samouprave, dok je procenat nešto manji kod zaposlenih u organima državne uprave i iznosi 49%.



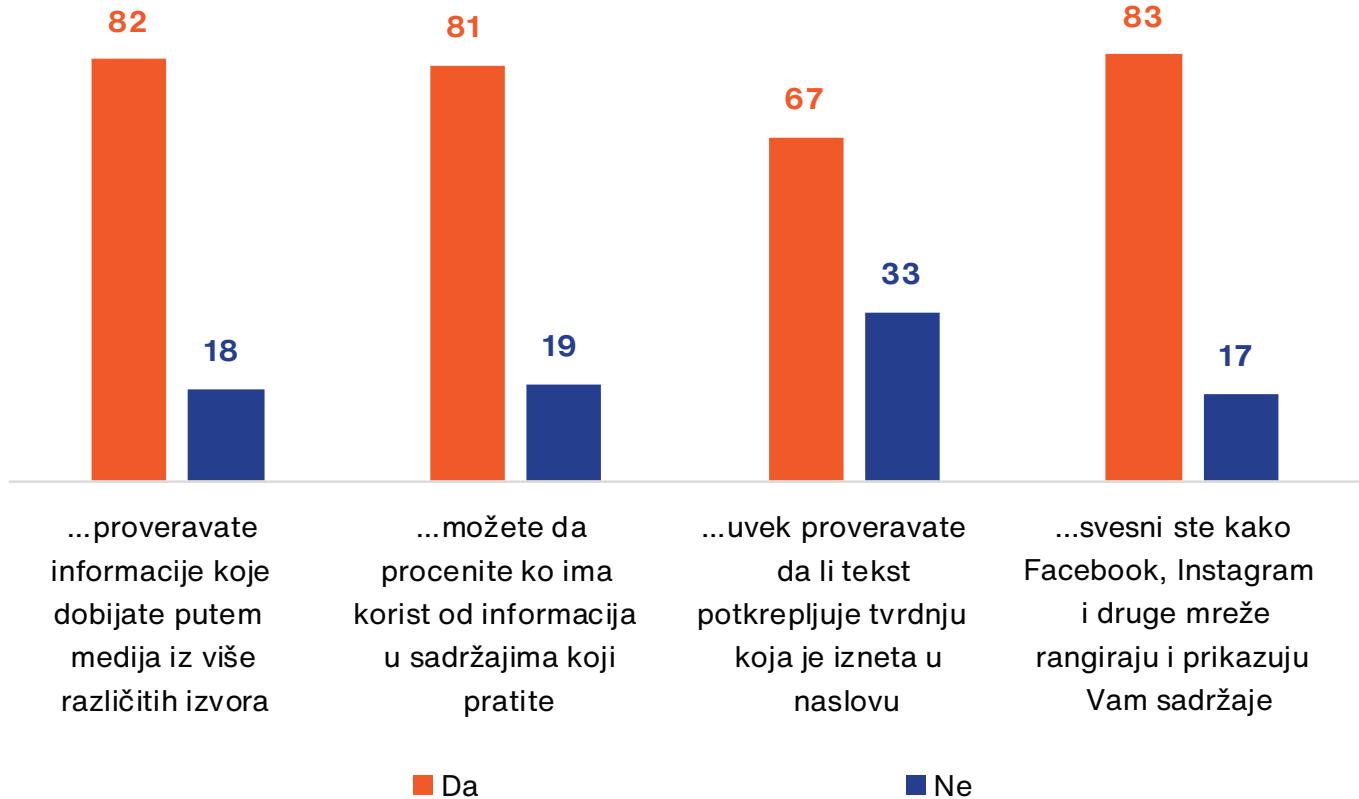
Grafikon 4.5. Svakodnevno korišćenje društvenih mreža, prema organu, u %

5 „STARA“ I „NOVA“ MEDIJSKA PISMENOST

Poseban set pitanja odnosi se na samoprocenu zaposlenih u javnoj upravi o stepenu medijske pismenosti, odnosno o sopstvenoj mogućnosti razumevanja i kritičke proce- ne sadržaja koji se plasiraju na internetu, ali i o znanju i mogućnosti upotrebe različitih digitalnih alata i aplikacija.

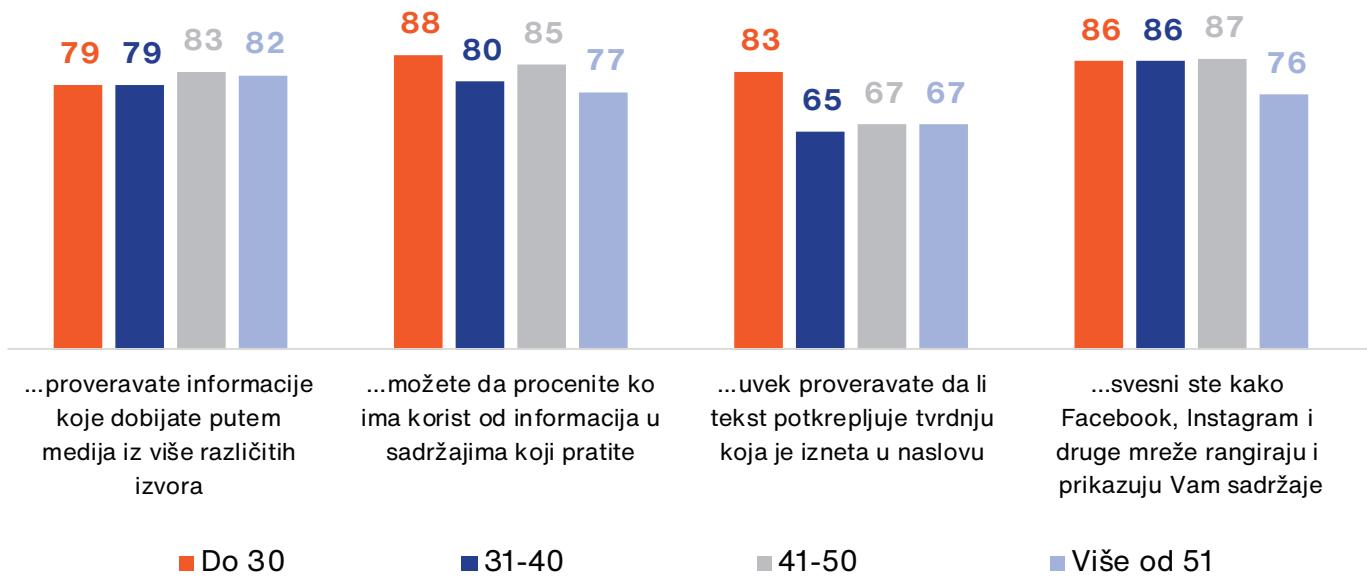
Najpre, ispitanicima su postavljene četiri tvrdnje koje su ispitivale da li oni lično (1) proveravaju informacije koje dobijaju putem medija iz više različitih izvora; (2) mogu da procene ko ima korist od informacija u sadržajima koje prate; (3) uvek proverava- ju da li tekst potkrepljuje tvrdnje koje su iznete na internetu i (4) da li su svesni kako Facebook, Instagram i druge mreže rangiraju i prikazuju sadržaje.

Dobijeni nalazi pokazuju da absolutna većina zaposlenih odgovara potvrđno u slučaju sve četiri tvrdnje, što govori da ispitanici visoko rangiraju svoja znanja i veštine u oblasti medijske pismenosti. Procenti potvrđnih odgovora se kreću od 81% do 83%, a izuze- tak predstavlja proveravanje da li tekst potkrepljuje tvrdnju koja je izneta u naslovu. U slučaju ove izjave, potvrđan odgovor beležimo kod 67% ispitanika, dok 33% navodi negativan odgovor. Ako bliže pogledamo ovu trećinu ispitanika koji ne proveravaju usklađenost teksta vesti i naslova, uočavamo da je iznad proseka reč o pripadnicama ženskog pola, ispitanicima starijim od 30 godina i sa većim brojem godina iskustva – tako se 78% onih koji ne proveravaju da li je naslov potkrepljen činjenicama iz teksta nalazi u grupi ispitanika koji imaju od 11 do 20 godina radnog iskustva. Istovremeno, 23% ispitanika iz ove grupe navodi da nema (dovoljno) kompetencija za kritičko či- tanje i razumevanje sadržaja, dok 27% navodi da nema (dovoljno) kompetencija za prepoznavanje lažnih vesti, propagande i spinova.



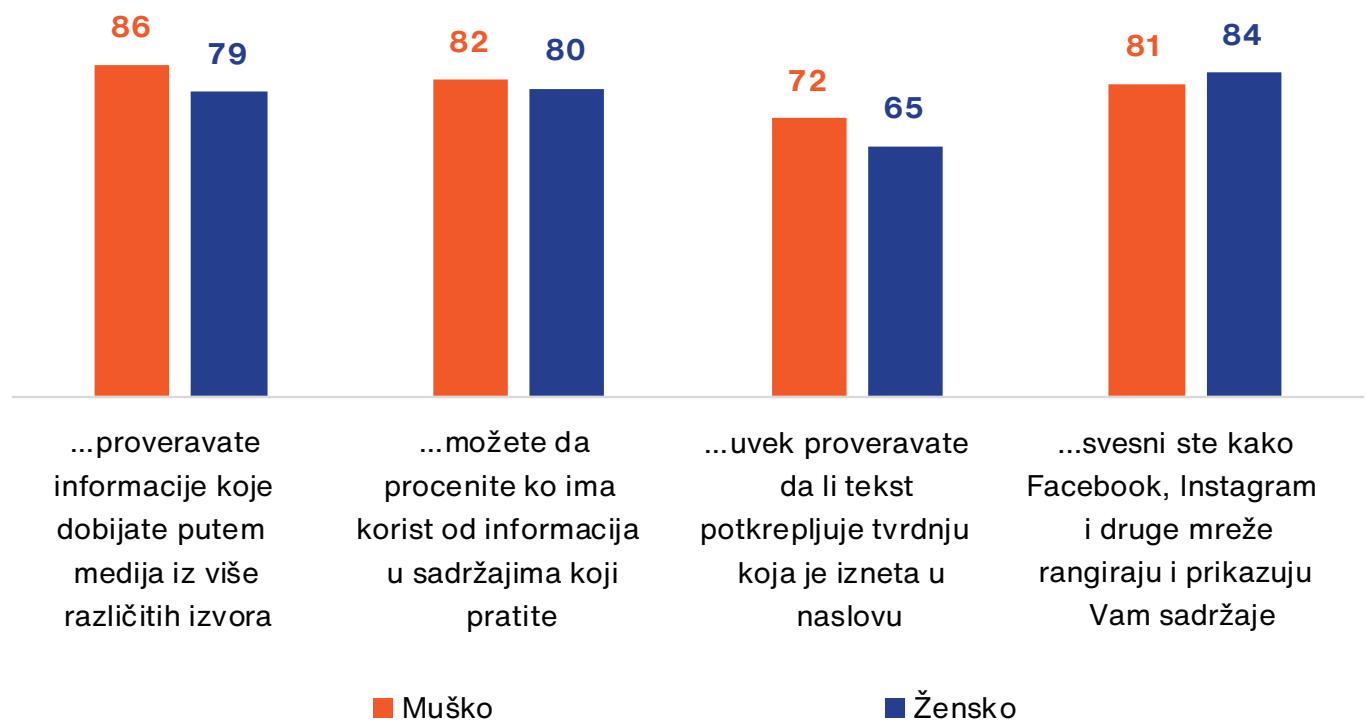
Grafikon 5.1. Da li Vi lično..., u %

Posmatrano prema starosnim grupama, uočavamo da su **stariji ispitanici nešto više oprezni pri informisanju**, pa tako u blago većem procentu proveravaju informacije koje dobijaju putem medija iz više različitih izvora. Sa druge strane, zaposleni u javnoj upravi starosti do 30 godina češće tvrde da mogu da procene ko ima korist od informacija u sadržajima koje prate – njih 88%, naspram 77% ispitanika iznad 51 godine; ali i da uvek proveravaju da li tekst potkrepljuje tvrdnju iznetu u naslovu – njih 83% naspram 65 – 67% anketiranih starijih od 30 godina. Rast broja godina ispitanika smanjuje i svest o načinu na koji Facebook, Instagram i druge mreže rangiraju i prikazuju sadržaje.



Grafikon 5.2. Da li Vi lično..., prema starosti ispitanika, u %

Stiče se utisak i da su muškarci skloniji da svoj nivo veština i znanja u oblasti medijske pismenosti ocenjuju pozitivno, pa tako uočavamo da 86% muškaraca tvrdi da na više mesta proverava informacije koje dobija putem medija, naspram 79% žena. Razlika je još značajnija u slučaju proveravanja da li tekst potkrepljuje tvrdnju koja je izneta u naslovu – da ovo radi tvrdi 72% muškaraca i 65% žena. Jedini suprotan nalaz uočavamo kod svesti o algoritmima koji rangiraju i prikazuju sadržaje na društvenim mrežama – da ih je svesno navodi 84% žena i 81% muškaraca – grafikon 5.3.

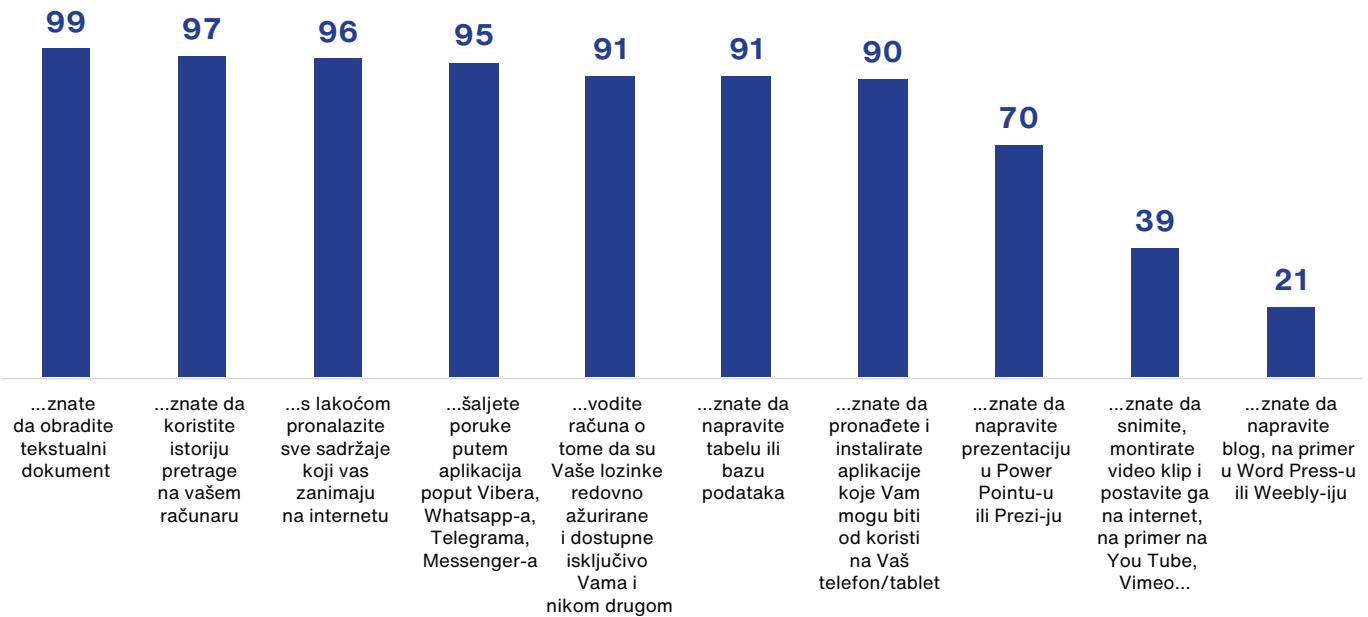


Grafikon 5.3. Da li Vi lično..., prema polu ispitanika, u %

Važno je detaljnije analizirati i da li navika korišćenja društvenih mreža korelira sa svešću i znanjem o algoritmima na osnovu kojih se na mrežama rangiraju i prikazuju različiti sadržaji. Uočava se da **ispitanici koji koriste mreže u većem stepenu potvrđuju da znaju kako funkcioniše rangiranje i prikazivanje sadržaja**. Tako među onima koji ovo tvrde nalazimo 80% korisnika Facebook-a, 59% korisnika Instagrama, 27% korisnika Twitter-a, 97% korisnika YouTube-a i 33% korisnika LinkedIn-a. Sa druge strane, ako rezultate pogledamo iz druge perspektive, dobijamo sledeći nalaz: među zaposlenima koji ne znaju kako se rangiraju i prikazuju sadržaji, njih 44% koristi Facebook, 34% Instagram, 17% LinkedIn, 12% Twitter i čak 90% YouTube.

Kada je reč o **poznavanju digitalnih aplikacija, alata i tehnika**, ispitanici su odgovarali na 10 tvrdnji koje se odnose na obradu dokumenata, pravljenje tabela, prezentacija, blogova ili video klipova, lakoću pri snalaženju na internetu, čuvanje lozinki, korišćenje istorije pretrage, upotrebu aplikacija i tako dalje. Kao što je prikazano na grafikonu 5.4, **kod osam tvrdnji nalazimo absolutnu većinu ispitanika koji navode potvrđne odgovore – najviše u slučaju obrade tekstualnih dokumenata, koju zna da uradi 99% ispitanika**.

Sledi upotreba istorije pretrage na računaru, koju zna da koristi 97% zaposlenih u javnoj upravi, a vrlo su slični i procenti za pronalaženje sadržaja na internetu (96%) i upotrebu aplikacija za komunikacije, kao što su Viber, WhatsApp, Telegram ili Messenger (95%). Po 91% zaposlenih u javnoj upravi navodi da vodi računa o tome da su njihove lozinke redovno ažurirane i dostupne isključivo njima i nikom drugom, odnosno da znaju da naprave tabelu ili bazu podataka. Pronalazak i instaliranje korisnih aplikacija na telefon ili tablet sa lakoćom sprovodi 90% zaposlenih u javnoj upravi, dok 70% zna da napravi prezentaciju u Power Point-u ili Prezi-ju.



Grafikon 5.1. Da li Vi lično..., u %

Značajno niži procenat potvrđnih odgovora uočava se kod snimanja i montiranja video klipa, odnosno njegovog postavljanja na internet, što su radnje koje zna da sproveđe 39% ispitanika. Na poslednjem mestu nalazi se znanje pravljenje bloga (u Word Press-u ili Weebly-iju), gde pronalazimo 21% zaposlenih u javnoj upravi koji navode potvrđan odgovor. Ovi odgovori su donekle i očekivani, imajući u vidu da je reč o vrlo specifičnim alatima koji nisu u širokoj upotrebi u javnoj upravi.

Posmatrano po starosti ispitanika, očekivano se uočava da najstariji ispitanici, odnosno oni **stariji od 50 godina, u nešto manjem obimu potvrđno odgovaraju na tvrdnje.**

Tabela 5.1. Da li Vi lično..., prema starosti ispitanika, u %*

Da li Vi lično...	Starosne grupe			
	Do 30	31-40	41-50	> 50
...zname da koristite istoriju pretrage na vašem računaru	92	97	99	94
...zname da pronađete i instalirate aplikacije koje Vam mogu biti od koristi na Vaš telefon/tablet	91	97	95	78
...šaljete poruke putem aplikacija poput Vibera, WhatsApp-a, Telegrama, Messenger-a	100	97	96	91
...zname da napravite tabelu ili bazu podataka	88	95	94	85
...zname da napravite prezentaciju u Power Point-u ili Prezi-ju	89	80	72	56
...zname da napravite blog, na primer u Word Press-u ili Weebly-iju	37	26	22	12
...zname da snimite, montirate video klip i postavite ga na internet, na primer na YouTube, Vimeo...	55	48	41	27

*prikazane su samo one tvrdnje kod kojih su uočene statistički relevantne razlike

Primera radi, 78% ispitanika u ovoj kategoriji zna da pronađe i instalira aplikacije koje su im od koristi, dok isto zna 97% ispitanika koji imaju između 30 i 40 godina. Sličan odnos se uočava i kod upotrebe aplikacija za slanje poruka, koje koristi 100% zaposlenih u javnoj upravi starosti do 30 godina, odnosno 91% starijih od 50 godina.

Najdrastičnije razlike pronalazimo kod umeća pravljenja i objavljivanja video klipova, gde je procenat najstarijih ispitanika dvostruko niži od procenta najmlađih (27% naspram 55%), odnosno kod znanja pravljenja blogova, gde je razlika trostruka (12% u odnosu na 37%).

Izvesne statistički relevantne razlike uočavaju se i prema polu ispitanika, i to u slučaju tri tvrdnje: (1) slanje poruka putem aplikacija poput Vibera, WhatsApp-a, Telegrama ili Messenger-a češće koriste žene nego muškarci – 96% naspram 91%; (2) blog u WordPress-u, Weebly-iju ili na drugim sličnim platformama zna da napravi više muškaraca nego žena – 29% naspram 17%, a nalaz je sličan i kod (3) snimanja, montiranja i objavljivanja video klipova – 57% muškaraca, naspram 30% žena.

Tabela 5.1. Da li Vi lično..., prema polu ispitanika, u %*

Da li Vi lično...	Pol	
	Muško	Žensko
...šaljete poruke putem aplikacija poput Vibera, WhatsApp-a, Telegrama, Messenger-a	91	96
...zнате да направите blog, на primer u Word Press-u ili Weebly-iju	29	17
...zнате da snimite, montirate video klip i postavite ga na internet, na primer na YouTube, Vimeo...	57	30

*prikazane su samo one tvrdnje kod kojih su uočene statistički relevantne razlike

BEZBEDNOST NA INTERNETU

Ispitanici su odgovarali na set pitanja koji se odnosi na privatnost i sigurnost na internetu. U tri od četiri tvrdnje nalazimo apsolutnu većinu potvrđnih odgovora: tako **77% zaposlenih u javnoj upravi zna čemu služi „politika kolačića“ (cookie policy)**, **71% zna kako da zaštiti lične podatke na internetu**, a **64% ispitanika navodi da je upoznato sa Opštom odredbom o zaštiti podataka o ličnosti (GDPR) i novim Zakonom o zaštiti podataka o ličnosti**. Kod samo jedne tvrdnje, trend je obrnut, pa tako **tek nešto više od trećine zaposlenih u javnoj upravi, 36%, čita politiku kolačića**.



Grafikon 6.1. Da li Vi lično..., u %

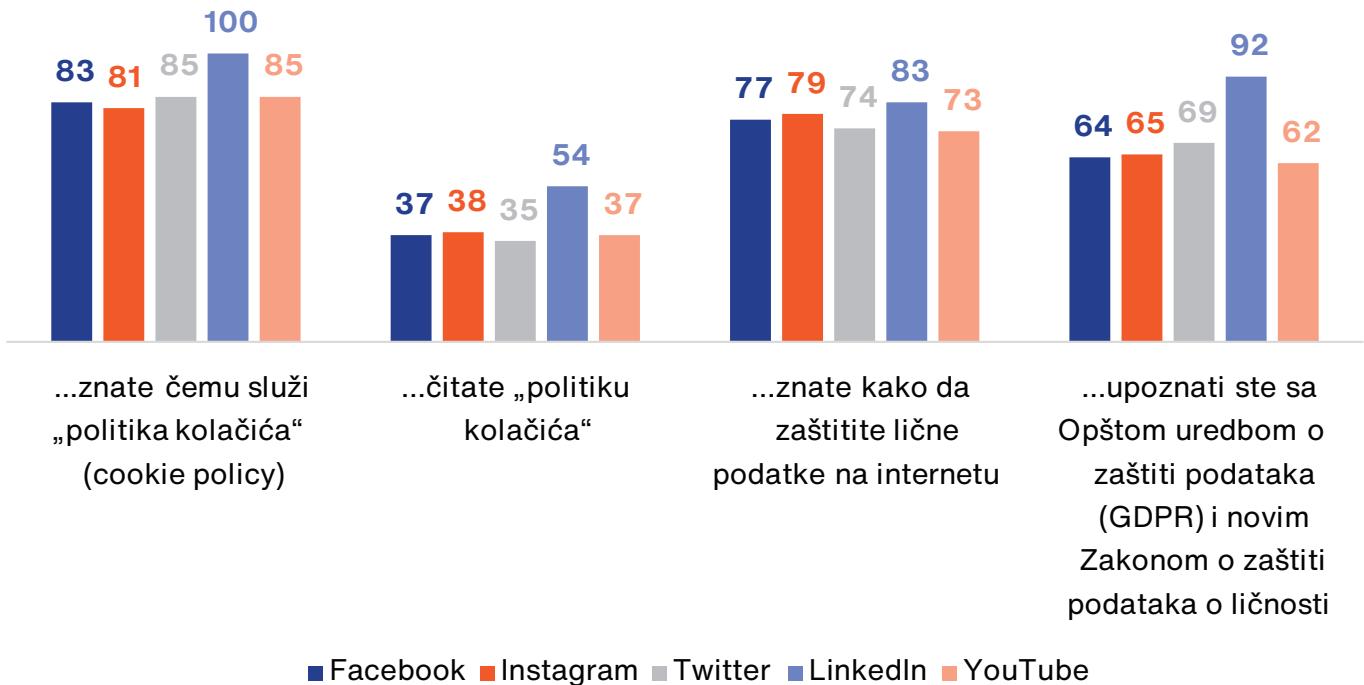
Statistički relevantne razlike uočavaju se kada je reč o starosti ispitanika – grafikon 6.2.



Grafikon 6.2. Da li Vi lično..., prema starosti ispitanika, u %

Ukrštanjem ove demografske karakteristike sa tvrdnjama o bezbednosti na internetu uočavamo da razumevanje svrhe politike kolačića ređe (ali i dalje visoko) navode zaposleni u javnoj upravi koji imaju više od 50 godina (69%), dok je u grupi ispitanika do 30 godina taj procenat 83%. Da čitaju politiku kolačića ipak češće navode zaposleni u javnoj upravi koji imaju duži radni staž, odnosno više godine: to čini 40% onih iznad 50 godina, 37% onih u grupi između 40 i 50 godina, 32% ispitanika iz kategorije od 30 do 40 godina, i konačno, 28% anketiranih mlađih od 30 godina.

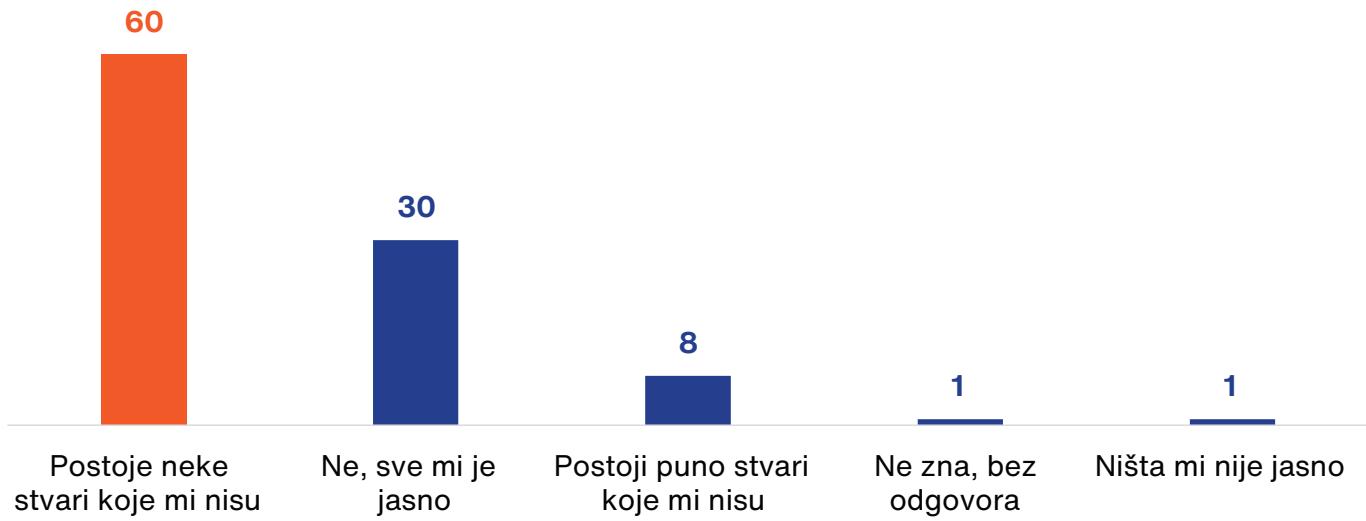
Nisu uočene druge značajne razlike prema polu, obrazovanju, radnom mestu ili regionu iz koga dolaze ispitanici. Ipak, razlike se uočavaju u odnosu na upotrebu društvenih mreža. Na grafikonu 6.3. izdvojeni su oni ispitanici koji redovno (više puta dnevno) koriste društvene mreže, odnosno procenat ispitanika koji redovno koriste mreže, a potvrđno su odgovorili na tvrdnje o bezbednosti i privatnosti podataka na internetu. Pokazatelji su vrlo približni kada je reč o svim mrežama, izuzev LinkedIn-a. Tako između 81% i 85% korisnika Facebook-a, Twitter-a, Instagrama i YouTube-a zna čemu služi politika kolačića; procenti se kreću između 35% i 38% u slučaju čitanja politike kolačića; između 73% i 79% kod zaštite podataka na internetu, i konačno, između 62% i 69% u slučaju upoznatosti sa GDPR-om i Zakonom o zaštiti podataka o ličnosti. **Korisnici LinkedIn-a su u značajno većoj meri davali potvrđne odgovore na ove tvrdnje, pa uočavamo da su svi korisnici ove mreže upoznati sa politikom kolačića, više od polovine (54%) ih i čita, 83% zna kako da zaštiti svoje lične podatke i čak 92% navodi da je upoznato sa propisima kojima se reguliše zaštita podataka o ličnosti.**



Grafikon 6.3. Da li Vi lično..., prema ispitanicima koji redovno koriste društvene mreže, u %. Samoevaluacija zaposlenih u javnoj upravi

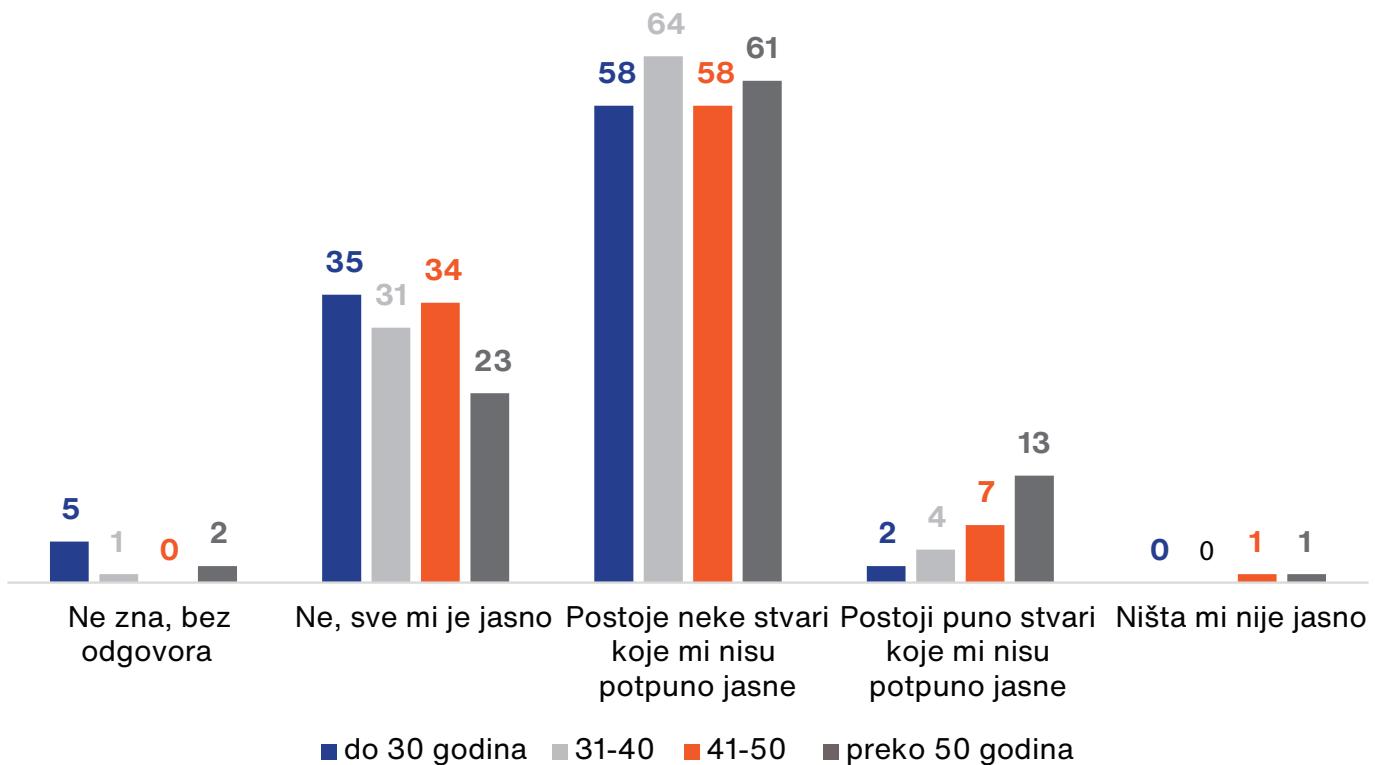
7 SAMOEVALUACIJA ZAPOSLENIH U JAVNOJ UPRAVI

Naredni set pitanja fokusiran je na samouevaluaciju zaposlenih u javnoj upravi kada je u pitanju korišćenje informacionih tehnologija u obavljanju svakodnevnih poslovnih aktivnosti. **Najveći procenat ispitanika, njih 60%, navodi da postoje neke informacione tehnologije koje im nisu potpuno jasne.** Skoro jedna trećina učesnika u istraživanju smatra da ne postoje informacione tehnologije čije funkcionisanje im nije potpuno jasno – grafikon 7.1. Ukupno 8% zaposlenih u javnoj upravi kaže da postoji puno stvari koje ne razumeju, dok još 1% kaže da im ništa nije jasno. Ispitanici muškog proseka nešto iznad proseka daju odgovor da im je kod korišćenja informacionih tehnologija sve jasno (36% muškaraca daje ovakav odgovor, u odnosu na 27% žena). Slično zaposleni koji rade u organizacionim jedinicama za komunikacije natprosečno navode da im je sve potpuno jasno pri korišćenju informacionih tehnologija.



Grafikon 7.1. Da li se prilikom obavljanja posla susrećete sa informacionim tehnologijama čije funkcionisanje Vam nije potpuno jasno?, u %

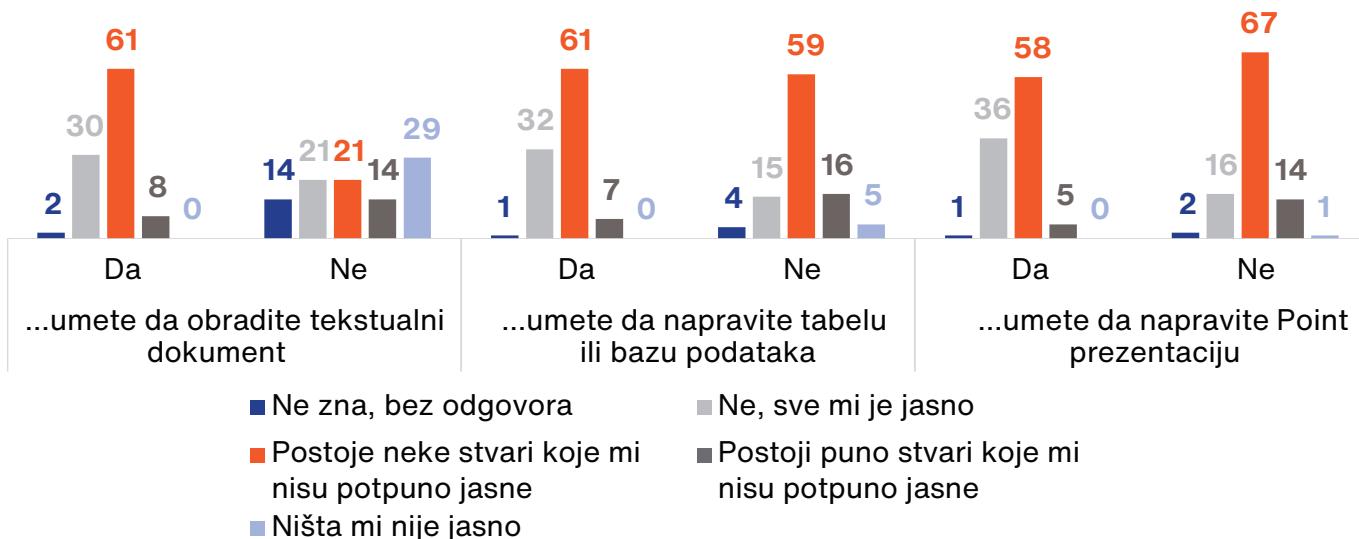
Potpuno očekivano kada odgovor na pitanje Da li se prilikom obavljanja posla susrećete sa informacionim tehnologijama čije funkcionisanje Vam nije potpuno jasno? ukrstimo sa starošću ispitanika uočavamo da **najstariji zaposleni u javnoj upravi** (anketirani koji imaju više od 50 godina) **ispod proseka navode da im je sve jasno kod korišćenja informacionih tehnologija** (više detalja na grafikonu 7.2.). Sa druge strane, učesnici u istraživanju koji imaju više od 50 godine su značajno više od drugih ispitanika dali odgovor da postoji puno stvari koje im nisu potpuno jasne.



Grafikon 7.2. Da li se prilikom obavljanja posla susrećete sa informacionim tehnologijama čije funkcionisanje Vam nije potpuno jasno? – po starosnoj dobi, u %

Ispitanici koji navode da sa lakoćom pronalazite sve sadržaje koji vas zanimaju na internetu očekivano natprosečno kažu da im je sve potpuno jasno kada su u pitanju informacione tehnologije. Oni ispitanici koji vode računa o tome da su im lozinke za pristup e-mailu, mrežama i banking aplikacijama redovno ažurirane i dostupne isključivo njima i nikom drugom u samo 7% slučajeva navode da se pri obavljanju posla suočavaju sa informacionim tehnologijama čije im funkcionisanje nije potpuno jasno, dok to isto kaže 22% onih anketiranih zaposlenih u javnoj upravi koji ne vode računa o pomenutim segmentima bezbednosti na internetu.

Zaposleni u javnoj upravi koji navode da ne mogu da obrade tekstualni dokument navode u 29% situacija da im ništa nije jasno kod informacionih tehnologija, dok još jedan visok procenat ispitanika nije moglo da da odgovor na ovo pitanje. Kod kompetencija koje se tiču pravljenja tabela ili baza podataka, slično uočavamo da učesnici u istraživanju koji kažu da poseduju ovu veština natprosečno navode da im je sve jasno, a oni koji veština kreiranja table i baza podataka nemaju ujedno iznad proseka smatraju da im puno toga nije jasno kod informacionih tehnologija. Na kraju, kod veštine kreiranja Power Point prezentacije nailazimo na isti obrazac odgovaranja zaposlenih u javnoj upravi.



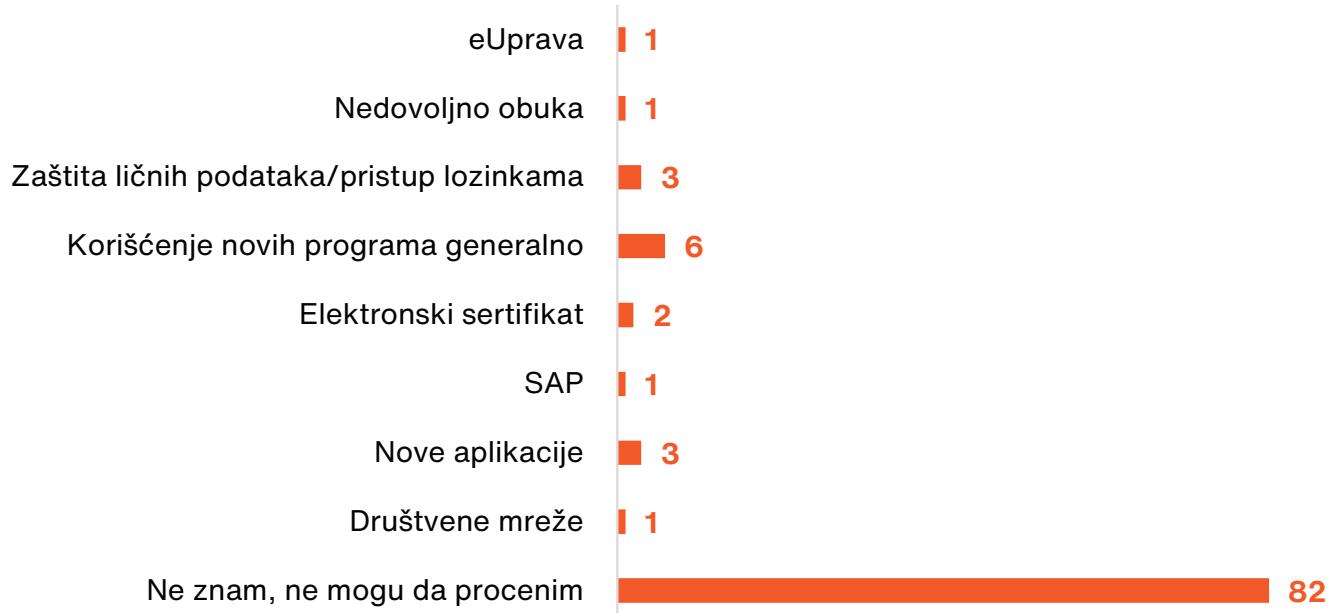
Grafikon 7.3. Da li se prilikom obavljanja posla susrećete sa informacionim tehnologijama čije funkcionisanje Vam nije potpuno jasno? – obrada tekstuálnih dokumenata, baza podataka, Power Point, u %

Imamo 34% ispitanika koji znaju čemu služi „politika kolačića“ (cookie policy) kaže da im je sve potpuno jasno kod korišćenja informacionih tehnologija, kao 37% zaposlenih u javnoj upravi koji smatraju da umeju da zaštite lične podatke na internetu.

Svega 18% ispitanika koji su kod prethodnog pitanja naveli da postoje neke stvari kod korišćenja informacionih tehnologija da im nisu potpuno jasne, ili da nema stvari koje su im jasne, je navelo konkretan problem sa kojim se suočavaju kod korišćenja informacionih tehnologija. **Među problemima se izdvajaju nove aplikacije – 3%, zašti-**

ta ličnih podataka i pristup lozinkama – 3%, korišćenje elektronskih sertifikata 2%.

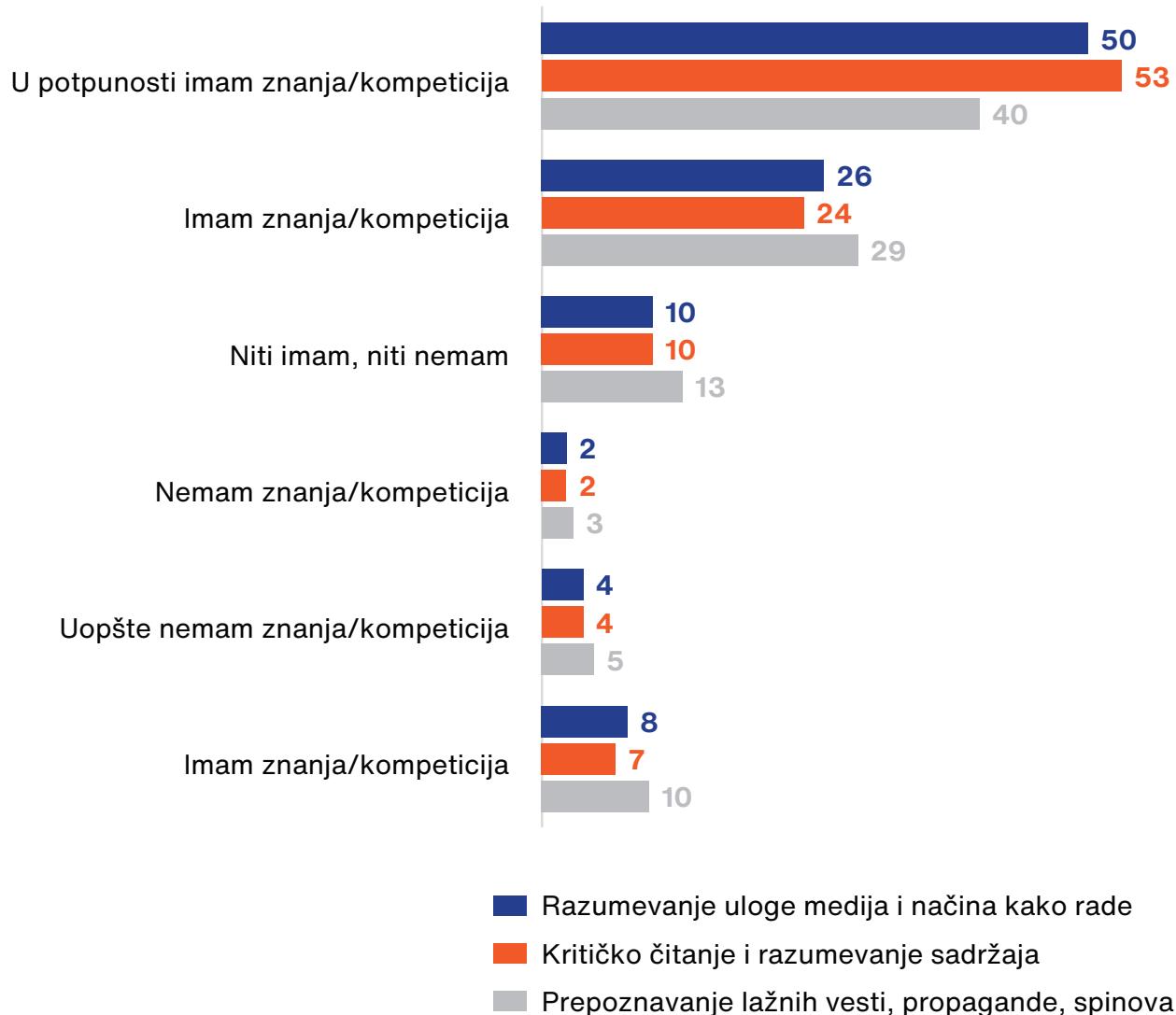
Neki od ispitanika su navodili i nedovoljni broj obuka (1%), korišćenje eUprave (1%), SAP-a (1%), kao i pristup društvenim mrežama (1%). Treba napomenuti da je veliki broj ispitanika – 6% rekao da im je problem korišćenje novih programa generalno.



Grafikon 7.4. *Koji konkretni problem sa korišćenjem informacionih tehnologija biste najpre izdvojili?, u %*

Kada je u pitanju prepoznavanje lažnih vesti, propagande i spinova, najveći procenat ispitanika, njih 40% navodi da u potpunosti ima znanja/kompetencije u ovoj oblasti, dok još 29% anketiranih kaže da ima znanja i kompetencije. Suprotan odgovor (zbir odgovora da uopšte nema ili nema znanja i kompetencije) kaže 8% zaposlenih u javnoj upravi. Nešto više od desetine ispitanika – 13%, kaže da niti ima niti nema kompetencije dok tačno jedna desetina ispitanika ne zna ili ne može da proceni odgovor na ovo pitanje - grafikon 7.4. **Prosečna ocena koju ispitanici daju za svoje znanje u polju prepoznavanja lažnih vesti iznosi 4,07.**

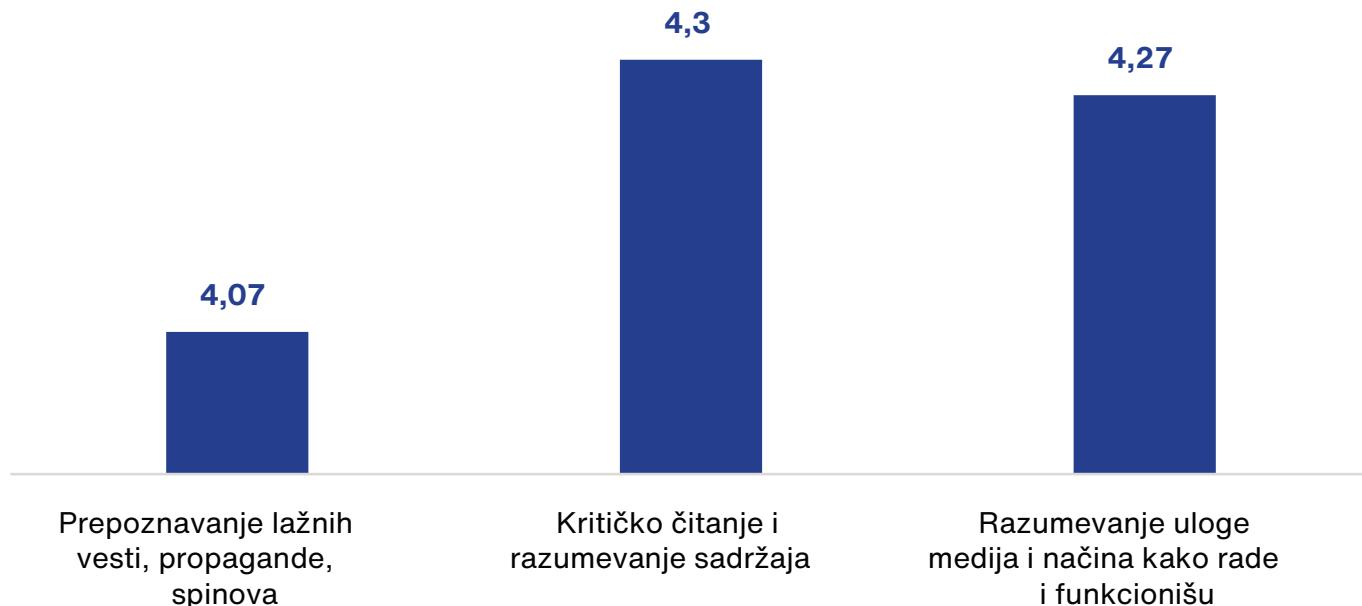
Svoja znanja i kompetencije u polju kritičkog čitanja i razumevanja sadržaja anketirani ocenjuju ocenom 4,3. Više od polovine ispitanika smatra da u potpunosti ima kompetencije kad je u pitanju kritičko čitanje i razumevanje sadržaja (53%), dok još nešto manje od četvrtine navodi da ima znanja/kompetencije (24%). Ukupno 6% kaže da nema znanja i veštine (zbir odgovora u potpunosti nema i nema). Na kraju, u slučaju razumevanja medija, i načina na koji rade i odlučuju, tačno polovina ispitanika navodi da u potpunosti ima znanja/kompetencije u ovoj oblasti, dok još 26% kaže da ima znanja i kompetencije. Kada je u pitanju suprotno stanovište (odgovori nemam kompetencije/veštine ili u potpunosti nemam) imamo 6% ispitanika u javnoj upravi koji daju ovakav odgovor. Prosečna ocena koju zaposleni u javnoj upravi daju za svoje veštine/kompetencije u oblasti prosečnu ocenu 4,27.



Grafikon 7.5. Na skali od 1 do 5, kako biste ocenili svoje kompetencije kada je reč o sledećim elementima gde je 1= Uopšte nemam znanja/kompetenciju, 5= U potpunosti imam kompetenciju; 0= Ne zna, bez odgovora), u %

Ispitanici koji imaju završene niže nivo obrazovanja (srednja škola ili visoka škola) iznad proseka u svojim odgovorima navode da nemaju dovoljno znanja ili veština u sve tri navedene oblasti. Svoje kompetencije kod prepoznavanja lažnih vesti, propagande i spinova najpozitivnije ocenjuju ispitanici iz Južne i Istočne Srbije gde njih 77% navodi da ima potrebne kompetencije (zbir odgovora imam kompetencije i u potpunosti imam kompetencije), dok ispitanici koji dolaze iz Vojvodine navode isti odgovor u 61% slučajeva. Učesnici u istraživanju koji obavljaju poslove rukovođenja iznad proseka smatraju da imaju potrebne kompetencije vezano za kritičko čitanje i razumevanje sadržaja (83% anketiranih koji obavljaju ove poslove daje potvrđan odgovor vezano za svoje kompetencije iz oblasti, dok 74% onih koji ne obavljaju poslove rukovođenja navodi isto). **Regionalno gledano, ponovo uočavamo pravilnost gde ispitanici iz Južne i Istočne Srbije natprosečno pozitivno ocenjuju svoje kompetencije u oblasti, dok anketirani ispitanici iz Vojvodine ispod proseka navode isto (učesnici u istraživanju**

iz Beograda i Zapadne Srbije sa Šumadijom se u svojim odgovorima nalaze na nivou prosečnih vrednosti). Ispitanici koji imaju visok nivo obrazovanja iznad proseka su stava da imaju kompetencije u polju razumevanja uloge medija i načina kako rade i funkcionišu. Na grafikonu 7.7. nalazi se prikaz pozitivne percepcije kompetencija u sve tri ispitivane oblasti gledano prema polu ispitanika. **Kod sve ti oblasti uočavamo da ispitanici muškog pola iznad proseka smatraju da imaju potrebne kompetencije.**



Grafikon 7.6. Na skali od 1 do 5, kako biste ocenili svoje kompetencije kada je reč o sledećim elementima – prosečna ocena, u %



Grafikon 7.7. Pozitivna percepcija kompetencija u tri oblasti, prema polu, u %

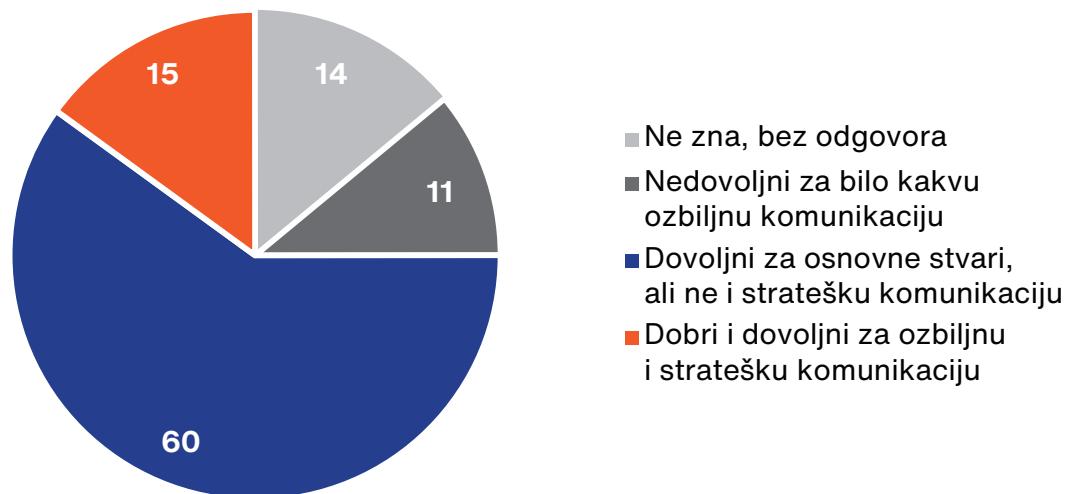
Ukoliko nalaze vezano za kompetencije zaposlenih u javnoj upravi u prethodne tri oblasti ukrstimo sa navikama vezano za korišćenje društvenih mreža uočićemo **da ispitanici koji navode da redovno koriste ispitivane društvene mreže (više puta u toku dana) najpozitivnije procenjuju svoje kompetencije vezano za prepoznavanje lažnih ve-**

sti, propagande i spinova, kritičko čitanje i razumevanje sadržaja i razumevanje uloge medija i načina na koji rade i funkcionišu.

Ispitanici koji smatraju da imaju kompetencije da prepoznaju lažne vesti, propagandu i spin, smatraju da imaju sposobnost kritičkog čitanja i razumevanja sadržaja i razumeju ulogu medija i način na koji funkcionišu i rade ujedno iznad proseka navode da znaju kako da naprave blog, kao i da znaju kako da snime i montiraju video klip i postave ga na internet.

8 MEDIJSKA I DIGITALNA PISMENOST U JAVNOJ UPRAVI GENERALNO

Postojeće kompetencije zaposlenih u javnoj upravi da komuniciraju sa javnošću više od polovine učesnika u istraživanju ocenjuje kao dovoljne za osnovne stvari, ali ne i za stratešku komunikaciju – 60%. U potpunosti pozitivnu percepciju vezano za komunikaciju zaposlenih u javnoj upravi sa javnošću ima još 15% ispitanika. Sa druge strane, svaki deseti učesnik u istraživanju navodi da su kompetencije nedovoljne za bilo kakvu ozbiljnu komunikaciju, dok 14% nije dalo odgovor na pitanje.



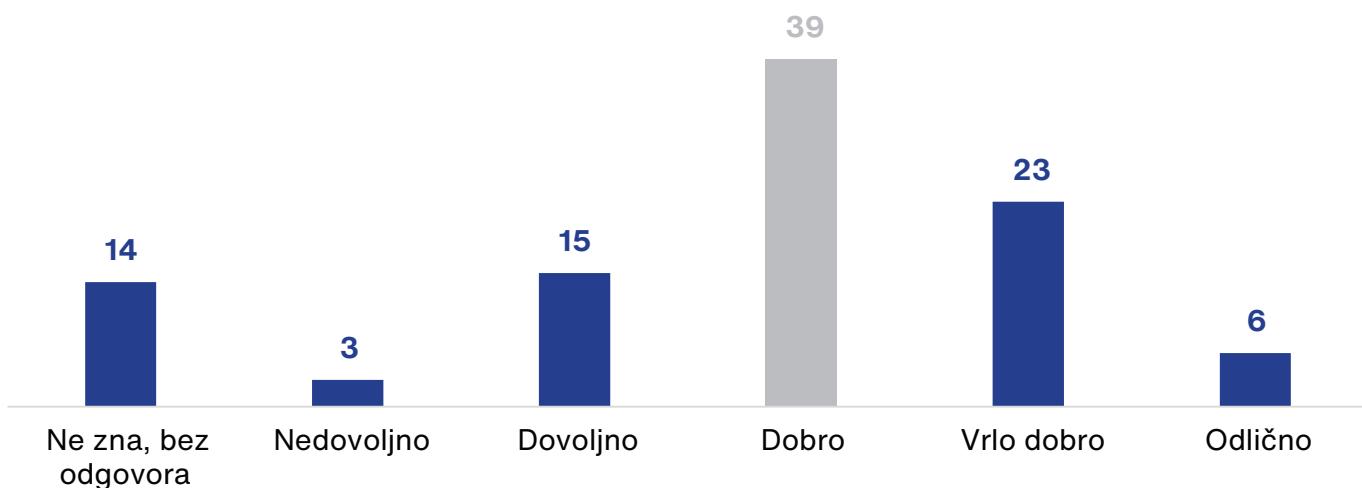
Grafikon 8.1. Generalno, kako ocenjujete postojeće kompetencije zaposlenih u javnoj upravi da komuniciraju s javnošću?, u %

Ispitanici koji obavljaju poslove rukovođenja u svojim organizacionim jedinicama iznad proseka navode da su postojeće kompetencije zaposlenih u javnoj upravi da komuniciraju sa javnošću dovoljne za osnovne stvari ali ne i za stratešku komunikaciju – 68% rukovodilaca ima ovakav stav. Takođe, ispitanici koji obavljaju poslove rukovođenja ispod proseka imaju stanovište da su kompetencije dobre i dovoljne za ozbiljnu i stratešku komunikaciju - 10% u odnosu na prosečnu vrednost od 15%. **Odgovor da su postojeće kompetencije vezano za komuniciranje sa javnošću dobre i dovoljne za oz-**

biljnu i stratešku komunikaciju najčešće uočavamo među mlađim saradnicima – 33% njih misli ovako.

Zaposleni u javnoj upravi postojeće kompetencije njihovih kolega po pitanju snalaženja sa najnovijim informacionim tehnologijama koje su im potrebne za obavljanje posla ocenjuju prosečnom ocenom 3,17.

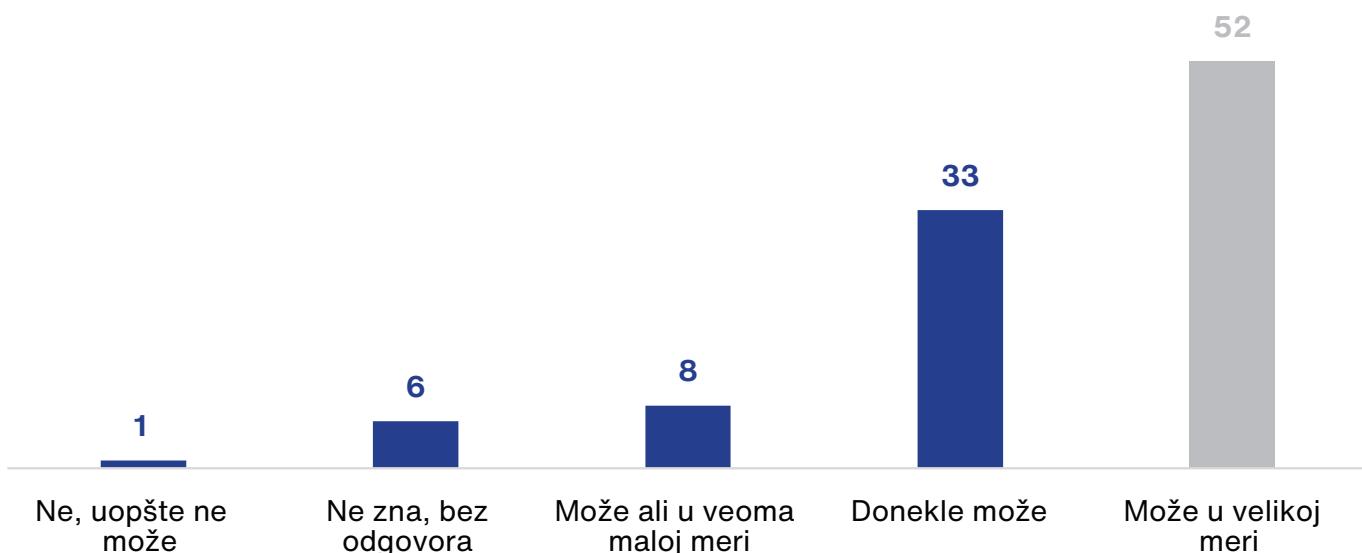
Najveći procenat anketiranih, njih 39%, daje upravo ocenu 3 (dobro) za kompetencije kolega kada je u pitanju snalaženje sa novim informacionim tehnologijama. Najvišu ocenu, odličan (5), dalo je svega 6% ispitanika, dok je njih skoro četvrtina (23%) navelo da smatra da su postojeće kompetencije vrlo dobre. Suprotno, imamo 3% onih učesnika u istraživanju koji su stava da su kompetencije u pogledu novih informacionih tehnologija nedovoljne, a 15% zaposlenih u javnoj upravi ih ocenjuje kao dovoljne (2). Žene zaposlene u javnoj upravi iznad proseka daju naviše ocene (4 ili 5) za kompetencije kolega po pitanju snalaženja sa najnovijim tehnologijama, pa tako 25% žena daje ocenu vrlo dobar (4), i još 7% ocenu odličan (5). Anketirani koji rade u organima autonomne pokrajine iznad prosečno ocenjuju kompetencije kolega ocenom odličan (5) – 15% anketiranih zaposlenih u organima autonomne pokrajine ocenjuje pomenute kompetencije najvišom ocenom.



Grafikon 8.2. Kako ocenjujete postojeće kompetencije Vaših kolega po pitanju snalaženja sa najnovijim informacionim programima koji su vam potrebni za obavljanje posla na skali od 1 do 5 gde je 1= najniža ocena, 5=najviša ocena; 0=Ne zna, bez odgovora?, u %

Na kraju ove oblasti, zaposlene u javnoj upravi smo pitali da li, prema njihovom mišljenju, veća medijska pismenost njihovih kolega može da doprinese kvalitetu rada javne uprave. **Važnost medijske pismenosti prepoznaće ogromna većina ispitanika, pa tako imamo 52% zaposlenih u javnoj upravi koji kažu da veća medijska pismenost može u velikoj meri da doprinese kvalitetu rada javne uprave.** Da donekle može da doprinese navodi još trećina ispitanika (33%). Tek 1% ispitanika kaže da veća medijska pismenost uopšte ne može da doprinese kvalitetu rada.

Odgovor da veća medijska pismenost uopšte ne može da doprinese radu javne uprave iznad proseka uočavamo kod zaposlenih koji imaju su završili srednju školi, kao i kod onih anketiranih koji imaju zvanje referenta (4%). Zaposleni u državnim organima (57%), ispitanici koji obavljaju poslove rukovođenja (56%), ispitanici koji rade u organizacionim jedinicama za komunikacije (65%), kao i oni ispitanici koji dolaze iz Južne i Istočne Srbije (59%) natprosečno navode da veća medijska pismenost može u velikoj meri da doprinese kvalitetu rada javne uprave.



Grafikon 8.3. Da li smatrate da veća medijska pismenost Vaših kolega može da doprinese kvalitetu rada javne uprave?, u %

Ispitanici koji smatraju da veća medijska pismenost može u velikoj meri da doprinese podizanju kvaliteta rada javne uprave iznad proseka navode i da su postojeći kapaciteti zaposlenih u javnoj upravi da komuniciraju sa javnošću dobri i dovoljni za ozbiljnu stratešku komunikaciju.

9

GDE DALJE?

Kroz naredna dva pitanja koja su postavljena zaposlenima u javnoj upravi proveravali smo da li anketirani imaju volje da uzmu aktivnije učešće u daljim obukama koje bi imale za cilj unapređenje kompetencija zaposlenih u javnoj upravi, a vezano za medijsku pismenost, kao i koje su to oblasti u kojima im je potrebno dalje usavršavanje.

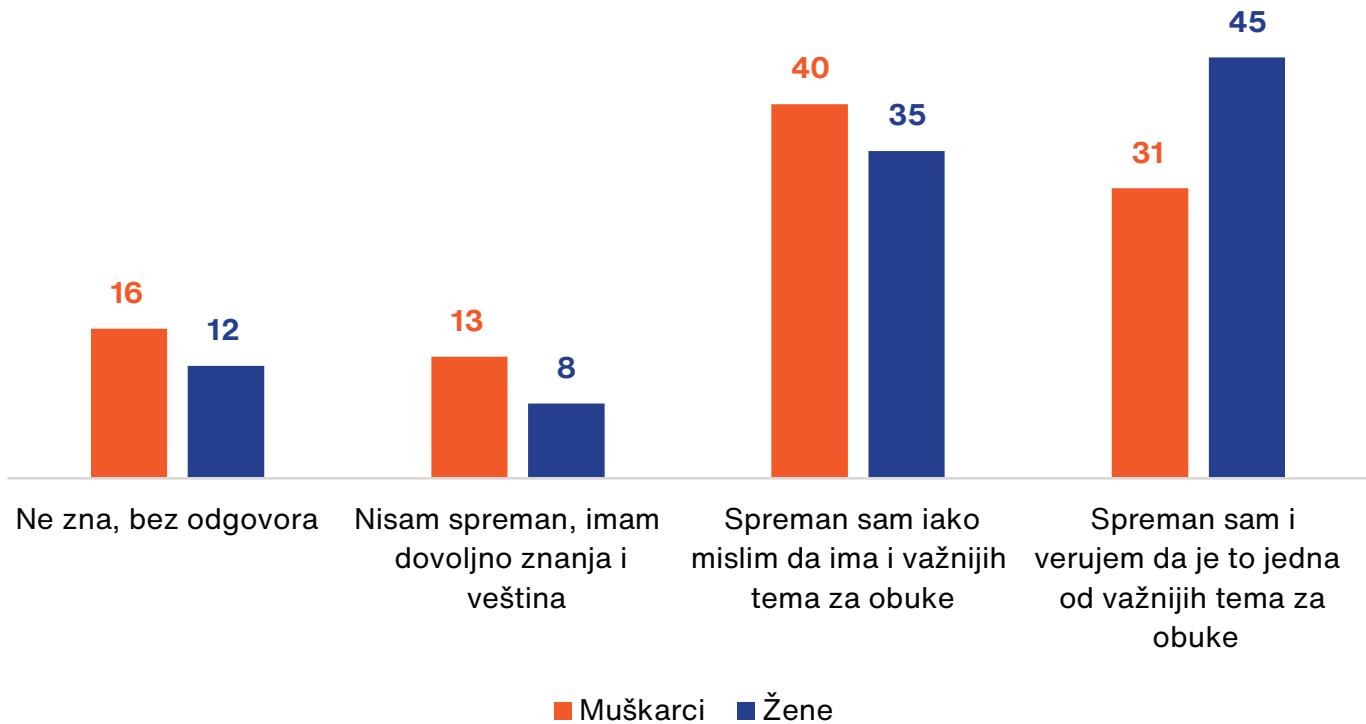
Najveći procenat ispitanika, njih 41%, navodi da bi bili spremni da učestvuju u obukama, kao i da smatraju da je medijska pismenost jedna od važnijih tema za obuke. Još 36% učesnika u istraživanju nam je reklo da su spremni da umu učešće iako prema njihovom stanovištu ima i važnijih tema kada su u pitanju obuke za javne službenike. Svaki deseti učesnik kaže da nije spreman jer ima dovoljno znanja i veština u ovoj oblasti.



Grafikon 9.1. Da li biste bili spremni da uzmete aktivnijeg učešća u nekim obukama koje bi imale za cilj unapređenje kompetencija zaposlenih u javnoj upravi u vezi s medijskom pismenošću?, u %

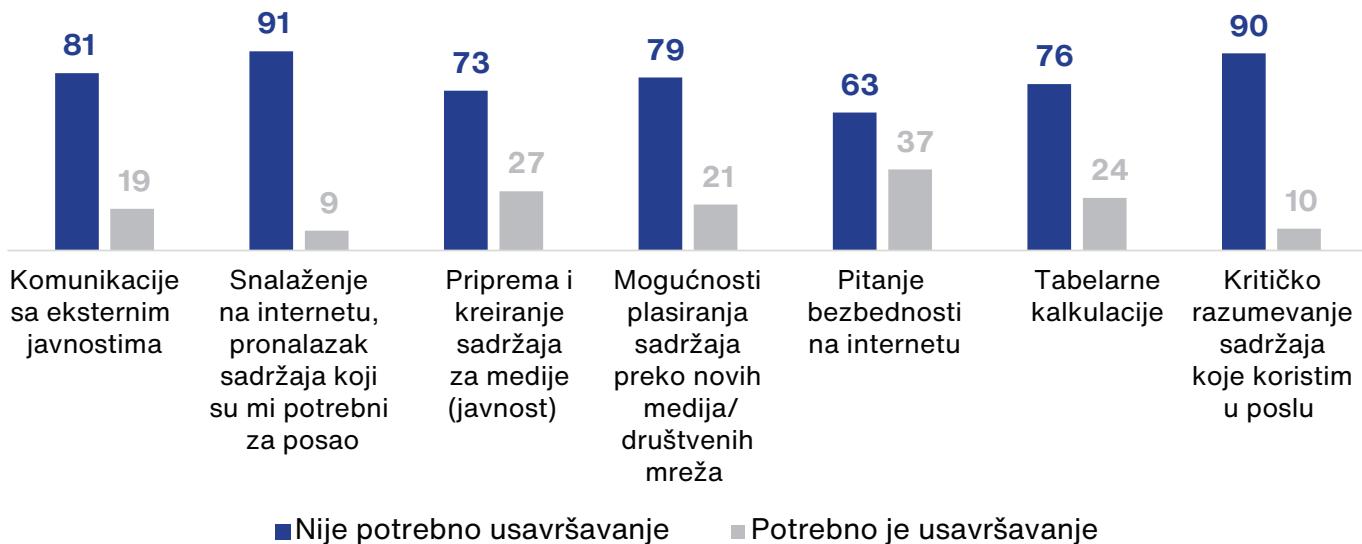
Ispitanici koji nisu spremni da uzmju učešće u obukama na pitanje vezano za stav o tome da li veća medijska pismenost kolega može da doprinese većem kvalitetu rada javne uprave iznad proseka daju odgovor da veća medijska pismenost ne bi dovela do povećanja kvaliteta rada. Suprotno oni ispitanici koji veruju da bi veća medijska pismenost unapredila rad javne uprave su iznad prosečno spremni da uzmju učešće na obukama.

Žene iznad proseka smatraju da je medijska pismenost jedna od najvažnijih tema kada su u pitanju obuke zaposlenih u javnoj upravi, te su shodno tome i natprosečno spremne da uzmju učešće u obukama (videti detaljnije na grafikonu 9.2.). Sa druge strane muškarci iznad proseka navode ili da nisu spremni jer imaju dovoljno znanja i veština, ili da su spremni, ali da prema njihovom mišljenju ima i bitnijih tema za obuke. Anketirani koji rade u organima autonomne pokrajine iznad proseka kažu da ne bi uzeli učešće u obukama jer već imaju dovoljno znanja i veština. Uzimajući u obzir prirodu posla zaposlenih u organizacionim jedinicama koje se bave komunikacijama, ne iznenađuje odgovor da bi čak 70% zaposlenih u ovim jedinicama uzele učešća u obukama jer smatraju da je medijska pismenost jedna od bitnijih tema za obuke. Takođe, nije bilo anketiranih koji rade u organizacionim jedinicama za komunikacije koji smatraju da ne bi bili spremni da uzmju aktivnije učešće jer imaju dovoljno znanja i veština.



Grafikon 9.2. Da li biste bili spremni da uzmete aktivnijeg učešća u nekim obukama koje bi imale za cilj unapređenje kompetencija zaposlenih u javnoj upravi u vezi s medijskom pismenošću? – prema polu, u %

Pitanje bezbednosti na internetu (37% odgovora), kao i kreiranje i priprema sadržaja za medije (27% odgovora) su dve oblasti koje su zaposleni u javnoj upravi najčešće izdvajali kao one oblasti u kojima im je potrebno dalje usavršavanje. Više od petine ispitanika istaklo je i obuke za korišćenje tabelarnih kalkulacija (24%) i mogućnost plasiranja sadržaja preko novih medija/društvenih mreža (21%). Komunikacije sa eksternim akterima su oblast za koju bi dalje volelo da se usavršava 19% ispitanika. Na kraju, po desetina učesnika u istraživanju navodi da bi se dalje usavršavali vezano za kritičko razumevanje sadržaja koje koriste u poslu – 10%, kao i polju snalaženja na internetu, pronašlaska sadržaja koji su im potrebni za posao. Osim ponuđenih odgovora, ispitanici su isticali i obuke za korišćenje MS Office Access, online komunikaciju, Doodle, obradu teksta, nove aplikacije...



Grafikon 9.3. U kojim oblastima vezanim za medijsku pismenost smatrate da Vam je potrebno dalje usavršavanje? – do dva odgovora, u %

Komunikacija sa eksternim javnostima je natprosečno prioritet ispitanika koji rade kao državni službenici na položaju (što je nalaz koji ne predstavlja iznenadnje uzimajući u obzir prirodu posla koju ovi ispitanici obavljaju). Takođe, najmlađi ispitanici (do 30 godina), su u 30% slučajeva naveli da su im potrebna dalja usavršavanja u oblasti komunikacija sa eksternim javnostima. Snalaženje na internetu, tj. pronalazak sadržaja koji su im potrebni za obavljanje posla iznad proseka kao sferu u kojoj im je potrebno usavršavanje navode najstariji ispitanici (iznad 50 godina). **Čak 31% žena zaposlenih u javnoj upravi navelo je da im je potrebno usavršavanje kada je u pitanju kreiranje i priprema sadržaja za medije i javnost, dok isto kaže svega 19% muškaraca.** Osim toga, najstariji ispitanici (preko pedeset godina) takođe ispod proseka smatraju da im je u ovoj oblasti potrebna dalja obuka.

Mogućnost plasiranja sadržaja preko novih medija i društvenih mreža je veština u kojoj bi zaposleni u javnoj upravi sa najvišim nivoima obrazovanja (master i doktorat) natprosečno želeli dalje da se usavršavaju, kao i ispitanici koji su zaposleni u organima autonomne pokrajine. **Kod pitanja bezbednosti na internetu i tabelarnih kalkulacija nije bilo razlika među odgovorima ispitanika različitih sociodemografskih karakteristika.** Na kraju, kritičko razumevanje sadržaja koji koriste u poslu kao oblast u kojima im je potrebno dalje usavršavanje nešto češće ističu žene i zaposleni koji rade u organizacionim jedinicama za komunikacije (22% zaposlenih u ovim organizacionim jedinicama je navelo da su im potrebne dalje obuke u oblasti).

