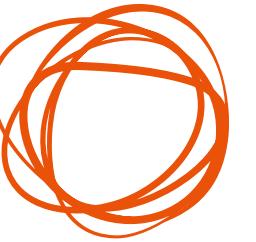




**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



propulsion



CeSID

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

# **Gradani i mediji**

**izveštaj iz istraživanja  
javnog mnjenja**

III ciklus

# Indeks digitalne pismenosti

11,01 od 15

vrlo dobra usklađenost sa idealnim kriterijumima



najveća do sada izmerena  
vrednost od 2019, kada je Indeks  
ustanovljen

građani su tokom pandemije  
morali da savladaju koriščenje  
različitih digitalnih alata  
i aplikacija

2021.

# Indeks medijske pismenosti

2021.

## 3,88 od 6

vrlo dobra usklađenost sa idealnim kriterijumima



blagi pad u odnosu na vrednost  
od prošle godine

**2020. = 3,91**

ispitanici su usled straha i  
neizvesnosti zbog kovida svoje  
veštine proveravanja izvora  
informacija i procenjivanja  
usklađenosti navoda iz naslova  
sa sadržajem u tekstu vesti  
ocenili niže

# Upotreba društvenih mreža

2021.

najpopularniji ostaju

Instagram Facebook YouTube

trend opadanja  
upotrebe **Facebooka**

svakodnevna upotreba  
**2019.** 60%  
**2020.** 58%  
**2021.** 51%

porast popularnosti  
mreže **TikTok**

svakodnevna upotreba  
**2019.** 2%  
**2020.** 16%  
**2021.** 23%

**TikTok** najpopularniji  
među ispitanicima  
mlađim od 18 godina

svakodnevna upotreba  
**2021.** 56%

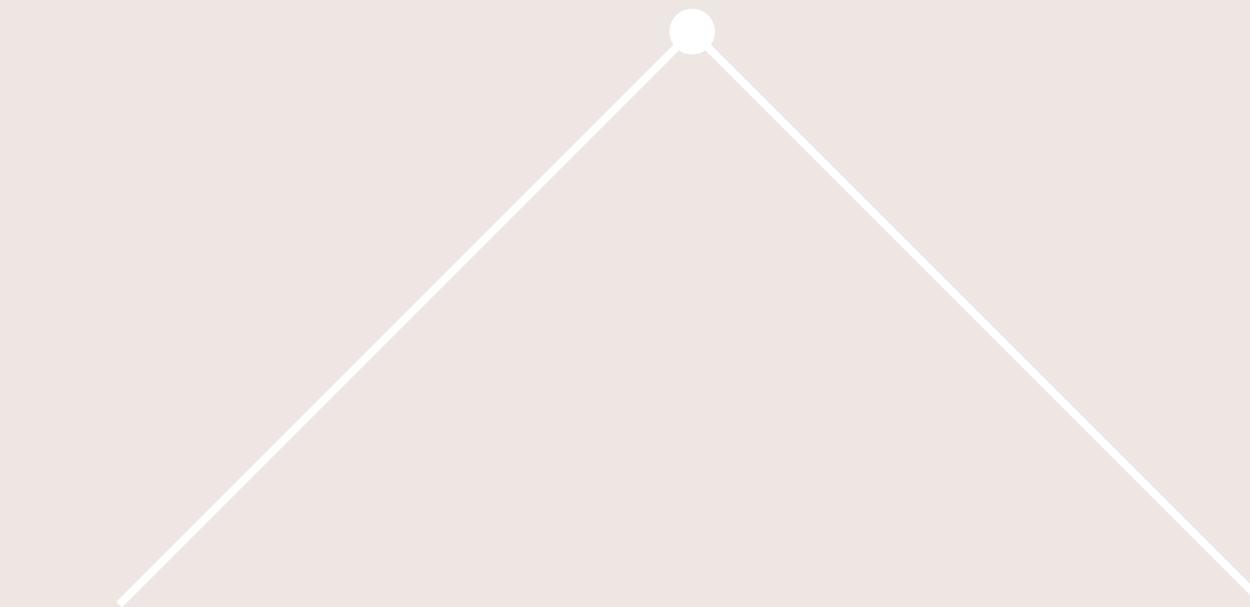
**Instagram** i  
**YouTube** postojano  
popularni, uz blagi  
trend rasta upotrebe  
Instagrama

# Aplikacije za komunikaciju

najpopularniji u starosnoj dobi 12-60 godina

## Viber

80% redovno i često koristi



### WhatsApp

se u odnosu na prošlu godinu  
malo više koristi

**50% ispitanika**

### Discord

u generalnoj populaciji nije  
značajan (8%), ali mu raste  
popularnost među mlađima  
od 18 godina (15%)

2021.

# Influenseri kao mediji

2021.

## Influenseri

najvažniji za ispitanike mlađe od 25 godina

mladi prate influensere  
zbog  
**zanimljivosti 30%**  
**zabave 22%**  
**humora 21%**

najčešće se prate influenseri  
na mrežama **Instagram**  
i **YouTube**

na Instagramu **48%**  
mladih prati influensere,  
što je **uvećanje od 16%**  
u odnosu na prošlu godinu



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



propulsion



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.