

INDEKS MEDIJSKE PISMENOSTI U SRBIJI 2025

- pilot verzija -

Beograd, 2025

Autori izveštaja:

dr Marijana Matović, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

dr Ana Milojević, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

dr Snežana Milin Perković, ekspertkinja za medijsku pismenost

dr Aleksandar Tomašević, Institut za fiziku, Univerzitet u Beogradu



Organizacija za evropsku
bezbednost i saradnju
Misija u Srbiji

Ovaj projekat finansira
Evropska unija



**#EY
ЗА ТЕБЕ**

Napomena: Ovaj izveštaj objavljen je uz finansijsku pomoć Evropske unije. Stavovi izrečeni u ovom izveštaju pripadaju isključivo autorima i njihovim saradnicima i ne predstavljaju nužno zvaničan stav Misije OEBS-a u Srbiji i nužno ne odražavaju stavove Evropske unije.

Sadržaj

Uvod.....	1
Proces konstruisanja indeksa.....	2
Osnovna polazišta	3
Definisanje medijske pismenosti	3
Medijska pismenost u kontekstu	5
Indeks medijske pismenosti Srbije	7
Osnovni okvir i operativna definicija medijske pismenosti.....	7
I INDEKS MEDIJSKE PISMENOSTI (IMP), zasnovan na individualnim kompetencijama	8
Dizajn instrumenta i dimenzije merenja	8
Uzorak i prikupljanje podataka	9
Indeks medijske pismenosti - IMP	10
II INTEGRISANI INDEKS MEDIJSKE PISMENOSTI IIMP	14
FAKTORI OKRUŽENJA - ANALIZA EKSTERNIH INDIKATORA.....	14
III VALIDACIJA I FINALNA KONSTRUKCIJA IIMP	22
Delphi proces i postizanje konsenzusa	22
Glavna saznanja	24
Zaključna razmatranja i preporuke	26
Literatura	30

Uvod

Izveštaj Indeks medijske pismenosti u Srbiji 2025 odgovara na nekoliko zahteva. Jedan od zahteva je bio da se pruži procena trenutne situacije i pripremi teren za godišnju evaluaciju efekata kumulativnih aktivnosti u oblasti medija i digitalne pismenosti u odnosu na Indeks. Drugi važan zahtev odnosio se na razvijanje instrumenta za istraživanje razvijenosti medijske pismenosti opšte populacije. Ostvarenje ovih zahteva predstavlja ujedno i prve korake u realizaciji Aktivnosti 5.1.1 Akcionog plana Medijske strategije 2020–2025 gde piše da je potrebno „uspostaviti indeks medijske pismenosti u Republici Srbiji koji je u skladu sa evropskom metodologijom“. Treći zahtev je bio da se napravi Indeks koji bi bio osetljiv na promene u okruženju (medijskom, društvenom, tehnološkom, itd.) kao i na dostupnost relevantnih podataka.

U procesu konstruisanja indeksa razmatrali smo ključna pitanja koja definišu granice i implikacije pojma medijske pismenosti u današnjem kontekstu:

- Šta sve utiče na medije i medijske sadržaje danas - na njihov kvalitet, kreiranje, distribuciju, publiku, percipiranje?
- Da li je medijska pismenost progresivna kompetencija koja se razvija linearno, ili postoje kontekstualni faktori koji mogu dovesti do regresije?
- Da li postoje medijski pismene osobe, koje imaju pristup, umeju da analiziraju i evaluiraju medijske poruke i aktivno participiraju u digitalnom okruženju, ali na nedemokratski način i/ili u nedemokratskom društvu?
- Može li se govoriti o medijskoj pismenosti u okruženjima sa ograničenim medijskim slobodama i pluralizmom?
- Da li medijska pismenost podrazumeva normativnu dimenziju – vrednosti i stavove usklađene sa demokratskim principima (poverenje u institucije, zaštita osnovnih prava, sloboda govora)?

Odgovori na ova pitanja oblikovali su dvostruku strukturu Integrisanog indeksa medijske pismenosti (IIMP): anketno merenje individualnih kompetencija (pristup, kritička evaluacija, participacija) kombinovano sa eksternim indikatorima okruženja (infrastruktura, obrazovni sistem, medijske slobode, demokratski kontekst, poverenje i sajber-bezbednost, pripremljenost

za veštačku inteligenciju). Ovaj pristup omogućava ne samo dijagnozu trenutnog stanja, već i identifikaciju sistemskih prepreka i prioriteta za javne politike.

U ovom izveštaju ponuđen je Indeks medijske pismenosti (IMP) koji je zasnovan na anketnom istraživanju sprovedenom na reprezentativnom uzorku populacije Republike Srbije i služi da izmeri aktuelni nivo medijske pismenosti građana Srbije.

Nakon njega predložen je i model za Integrirani indeks medijske pismenosti (u daljem tekstu: IIMP) koji predstavlja sveobuhvatan metodološki pristup merenju razvijenosti medijske pismenosti u Srbiji. Za razliku od modela koji se fokusiraju isključivo na individualne kompetencije ili kontekstualne faktore, IIMP istovremeno meri oba nivoa i njihovu interakciju – sposobnosti građana da koriste, kritički evaluiraju i aktivno učestvuju u medijskom okruženju, kao i strukturalne uslove koji omogućavaju ili ograničavaju razvoj tih kompetencija. IIMP predstavljen u ovom izveštaju rezultat je multidisciplinarnog istraživačkog procesa koji integriše teorijsku analizu, empirijsko istraživanje i ekspertsku validaciju¹. Kao pilot istraživanje, pruža šire rezultate indeksa medijske pismenosti za Srbiju 2025. i moguću metodološku osnovu za buduće longitudinalne analize i međunarodne komparacije.

Proces konstruisanja indeksa

Konstruisanje indeksa je kompleksan proces koji se odvija u više faza. Kako ističu Vadv i Nandal (Wadhwa i Nandal, 2025), indeksi služe da agregiraju različite, za fenomen važne indikatore u jedinstvenu kompozitnu meru kako bi omogućili sveobuhvatniji pregled konkretnog fenomena. Kao takvi, indeksi omogućavaju praćenje trendova kroz vreme, komparaciju sa drugim zemljama i formulisanje javnih politika.

Proces konstruisanja indeksa počinje sa operacionalizacijom koncepta koji želimo da merimo. Ovo je ključna faza, koja zahteva pronalaženje balansa između teorijskog određenja nekog koncepta (u ovom slučaju medijske pismenosti) i dostupnosti pouzdanih podataka potrebnih za prevođenje koncepta u merljive i međusobno kompatibilne konstrukte. Koristeći ponovo reči Vadve i Nandala:

„Apstraktni koncepti zahtevaju pažljivu operacionalizaciju, koja podrazumeva definisanje koncepta kroz merljive termine, izbor odgovarajućih indikatora i određivanje metodologije za kombinovanje tih indikatora u koherentan indeks. Izbor indikatora je kritičan korak koji često

¹ Istraživački tim zahvaljuje ekspertima koji su učestvovali u Delphi procesu na doprinosu razvoju IIMP.

zahteva balansiranje između teorijske relevantnosti i dostupnosti, odnosno pouzdanosti podataka.“ (Wadhwa & Nandal, 2025: 3927).

Polazeći od ovakve definicije indeksa, postavili smo kao **glavni cilj projekta** da *konstruišemo indeks medijske pismenosti koji uključuje faktore okruženja*. U preliminarnoj fazi realizacije cilja, sproveli smo pregled literature i relevantnih istraživanja kako bismo utvrdili ključne elemente medijske pismenosti i njenu vezu sa okruženjem. Na osnovu ovog pregleda, uspostavili smo radni okvir integrisanog indeksa i pregledali odabrane eksterne podatke. Dalju realizaciju glavnog cilja podelili smo u tri faze:

Prvu fazu sačinjavala je priprema i realizacija anketnog istraživanja: konstruisanje upitnika (koji će biti komplementaran sa postojećim eksternim izvorima podataka), sprovođenje anketnog istraživanja (prikupljanje podataka), analiza anketnih podataka i konstruisanje Indeksa medijske pismenosti - IMP na nivou individualnih kompetencija.

Druga faza je bila posvećena pripremi eksternih podataka za integraciju sa rezultatima anketnog istraživanja (IMP), kao i integraciju podataka u preliminarni Integrisani indeks medijske pismenosti - IIMP.

Treća faza je obuhvatila validaciju IIMP primenom Delfi metoda² (konsultacije sa ekspertima za medijsku pismenost) koji je rezultirao uspostavljanjem finalnog IIMP Integrisanog indeksa medijske pismenosti za Srbiju 2025. godine.

Osnovna polazišta

Definisanje medijske pismenosti

Medijska pismenost je koncept sa dugom teorijskom tradicijom ali heterogenim operacionalizacijama. Većina definicija, od početnih (Aufderheide 1993) do savremenih okvira UNESCO (2022) i NAMLE (2024), je zadržala tri ključna elementa: (1) pristup medijima i informacijama, (2) kritička evaluacija sadržaja, i (3) participacija kroz medije (kreiranje, komunikacija, građanska akcija).

² Delfi metod je razvijen od strane RAND korporacije sredinom 1950-tih godina kao istraživačka tehnika u okviru društvenih nauka čiji je cilj postizanje konsenzusa među ekspertima. Primjenjuje se uglavnom onda kada postoji neizvesnost, odnosno kada ne postoji dovoljno podataka potrebnih za donošenje informisanih odluka. Ovaj metod je zasnovan na konsenzusu, strukturiran je i koristi iterativni pristup gde se rezultat svake iteracije koristi kao početna tačka sledeće, do postizanja konsenzusa. (više o Delfi metodu videti kod Rowe & Wright, 1999.)

Ovaj konsenzus potvrđuju meta-analitičke studije. Bulger (2012) je u pregledu definicija identifikovala pristup/korišćenje, analizu/evaluaciju i kreiranje sadržaja kao dominantne komponente. Potter (2022) je na osnovu analize 210 radova, kategorizovao preko 400 elemenata medijske pismenosti u četiri domena: pristup, analiza, evaluacija i komunikacija. Evropska komisija (COM 2007/833), UNESCO (Grizzle et al., 2013), regulatorna tela (BAI, 2022; Ofcom, 2025, 2023) i profesionalna udruženja (NAMLE, 2024; Jolls & Thoman, 2008) takođe definišu medijsku pismenost oslanjajući se na tri domena – pristup, analizu i evaluaciju, kreaciju i komunikaciju. Međutim, svaki od ovih domena je konceptualno evoluirao u odgovoru na tehnološke i društvene transformacije.

U ranim konceptualizacijama, **pristup** se primarno odnosio na fizičku i tehnološku dostupnost i proveravano je da li domaćinstva imaju internet, a građani znanje da koriste uređaje. Savremena određenja proširuju razumevanje pristupa u tri pravca. Prvo, pristup podrazumeva ne samo tehničku mogućnost već i raznovrsnost dostupnih gledišta (pluralizam sadržaja), što direktno zavisi od medijskih sloboda i strukturnog pluralizma (EC, 2007). Drugo, građani mogu imati pristup tehnički, a da im nedostaju veštine navigacije, pretraživanja ili evaluacije relevantnosti. Prema tome, pristup se posmatra i kao kognitivna dostupnost (Grizzle et al., 2013). Treće je shvatanje pristupa kao samosvesti o informacionim potrebama. Pristup je smislen ako je korisnik svestan svojih potreba za određenim medijskim sadržajima i poznaje način da te potrebe adekvatno zadovolji (*ibid*). Paradoksalno, pristup je i najlakše i najteže merljiv aspekt, jer se dostupnost infrastrukture može lako kvantifikovati, dok kognitivna dostupnost i svest o potrebama zahtevaju sofisticiranije instrumente.

Sposobnost analize i evaluacije medijskih sadržaja predstavlja najstabilniju komponentu u definicijama medijske pismenosti (Pereira & Moura, 2022). Ova dimenzija obuhvata prepoznavanje tipa sadržaja (vest, reklama, mišljenje), izvora (javni medij, privatna platforma, neidentifikovan akter) i konteksta proizvodnje. Zatim, razumevanje medijskog ekosistema, osnove regulatornog okvira, zastupljenost vlasničkih struktura, ekonomske modele na kojima počiva kreiranje sadržaja, i tehnološka ograničenja koje oblikuju sadržaj. Potom, primenu kriterijuma za procenu verodostojnosti izvora, tačnosti i uravnoteženosti sadržaja. U digitalnom okruženju, kritička evaluacija obuhvata nužno i nove domene, poput sadržaja generisanih veštačkom inteligencijom, kampanje dezinformisanja i koordiniranih manipulacija javnim mnijenjem. Ova dimenzija odražava obrazovne kapacitete sistema – kvalitet razvijanja kritičkog mišljenja kroz formalno školovanje i dostupnost medijskog obrazovanja.

Konceptualizacija **participativne dimenzije medijske pismenosti** je najraznolikija. Neki autori fokusiraju se na kreiranje sadržaja – pisanje blogova, snimanje videa, uređivanje slika (Jolls & Thoman, 2008). Drugi naglašavaju komunikaciju – sposobnost efektivnog izražavanja kroz različite medijske formate (Pereira & Moura, 2022). Treći povezuju participaciju sa građanskom akcijom – korišćenjem digitalnih alata za društveni angažman, peticije, kampanje, javnu deliberaciju (Hobbs, 2010; NAMLE, 2024). EAVI okvir (Celot & Pérez Tornero, 2009) sagledava participativne veštine trostruko: prvo, kao socijalnu participaciju, koja podrazumeva umrežavanje, kontakte, zajednice, vršnjačku komunikaciju; potom, kao javnu participaciju kroz koju se ostvaruje interakcija sa institucijama, izražavanje mišljenja, mobilizacija interesnih grupa; najzad, kao kreativnu participaciju, odnosno učešće u produkciji sadržaja, kreiranje kroz saradnju, rešavanje problema putem medija. Australijsko regulatorno telo (ACMA, 2009) dodatno uključuje digitalnu sigurnost kao participativnu kompetenciju (upravljanje privatnošću, zaštitu od prevara, odgovorno deljenje podataka) sa argumentom da bez bezbednosti nema smislenog učešća (Perez-Escoda et al., 2016).

Medijska pismenost u kontekstu

Ključna pretpostavka našeg modela jeste da medijska pismenost nije atribut individue u vakuumu već relacijski fenomen – interakcija između kompetencija i okruženja. Kako ističu Erstad i Amdam (2013), pismenost se ne samo razvija već i praktikuje u specifičnim kontekstima koji mogu biti podsticajni ili ograničavajući. Ovaj pristup eksplicitno je artikulisan u evropskim politikama. Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama (Directive 2007/65/EC: 3) definiše medijsku pismenost kao sposobnost „pristupa medijima, razumevanja i kritičke procene različitih aspekata medija i medijskih sadržaja i stvaranja komunikacija“ uz ključno dodavanje: „u različitim kontekstima“ (naglasak autora). Naredni dokumenti (EC, 2009; EC Expert Group, 2009) razrađuju ovu dimenziju, naglašavajući da iste individualne kompetencije proizvode različite ishode zavisno od medijskih sloboda, obrazovnih sistema, demokratskih institucija i tehnološke infrastrukture.

UNESCO (Grizzle et al., 2013a; UNESCO, 2022) eksplicitno vezuje medijsku i informacionu pismenost (MIL) za demokratsko društvo i međukulturnu saradnju, pozicionirajući je kao „preduslov za informisano učešće u digitalnom društvu“ – čime implicitno priznaje da bez demokratskog konteksta, medijska pismenost gubi svoju

emancipatornu funkciju. Regulatorno telo Irske (BAI, 2022) operacionalizuje participativni domen medijske pismenosti kroz indikatore individualnih veština i indikatore društvenog uticaja, prevodeći individualne kompetencije na nivo kapaciteta zajednica i sistema.

Na razumevanju medijske pismenosti kao **relacijskog fenomena** (interakcija kompetencija i okruženje) razvijen je okvir Evropske asocijacije za ostvarivanje interesa gledalaca (EAVI) kroz seriju studija za Evropsku komisiju (Celot, 2009; Celot & Pérez Tornero, 2009; DTI & EAVI, 2011). Iniciran naporima za uspostavljanje metodologije za merenje medijske pismenosti na evropskom nivou EAVI okvir uvodi **dvostruku arhitekturu merenja** koja razlikuje individualne kompetencije i faktore okruženja.

Individualne kompetencije, u ovom okviru predstavljaju „kapacitet da se primene određene veštine“ (Celot, 2009: 7) koje se granaju na **lične kompetencije** (korišćenje medija, kritičko čitanje sadržaja) i **socijalne kompetencije** (komunikacija kroz medije, participacija u javnoj sferi).

Faktore okruženja su definisali kao „skup kontekstualnih faktora“ koji **omogućavaju ili ograničavaju** razvoj i praktikovanje individualnih kompetencija. Ovi faktori obuhvataju, dostupnost medija (tehnološka infrastruktura, pluralizam sadržaja), medijske politike (regulatorni okviri, zaštita korisnika), obrazovanje (formalno i neformalno medijsko obrazovanje), medijske industrije (vlasništvo, ekonomski modeli, profesionalni standardi) kao i civilno društvo (organizacije, inicijative za medijsku pismenost).

Ključna premisa EAVI okvira jeste da **iste individualne kompetencije mogu da proizvede različite ishode** zavisno od strukturalnih uslova. Prema tome možemo zamisliti različite scenarije. Na primer, građani mogu posedovati veštine kritičke evaluacije, ali u okruženju sa niskim medijskim pluralizmom nemaju pristup raznovrsnim izvorima i njihove kompetencije ostaju nerealizovane. U drugom scenariju, infrastruktura je razvijena i pristup visok, ali obrazovni sistem ne razvija kritičko mišljenje pa građani koriste medije pasivno i ne evaluiraju sadržaj. Treći scenario može biti, aktivno civilno društvo koje podstiče participaciju, ali demokratski kontekst je ograničavajući (nizak nivo slobode govora) pa građanska upotreba medija nosi rizike.

Medijska pismenost, prema tome, proizilazi iz sadejstva kompetencija i okruženja – od njihove konvergencije ili divergencije zavisi stvarna sposobnost građana da efektivno

participiraju u medijskoj javnoj sferi. Dakle, polazeći od sagledavanja medijske pismenosti kao relacionog fenomena kreiramo indeks za procenu stanja medijske pismenosti u Srbiji.

Indeks medijske pismenosti Srbije

Osnovni okvir i operativna definicija medijske pismenosti

Konstrukcija Integrisanog Indeksa Medijske Pismenosti - IIMP zasniva se na EAVI konceptualnom okviru koji primenjujemo u kontekstu Srbije. EAVI okvir pruža tri ključne prednosti za naše istraživanje.

Najpre, njegova osnovna struktura ostaje relevantna uprkos brzim tehnološkim promenama – razlikovanje između onoga što pojedinci mogu i konteksta u kojem to čine nije zastarelo činjenicom da su se pojavile nove tehnologije poput veštačke inteligencije ili nove pretnje poput koordiniranih dezinformacionih kampanja. Naprotiv, upravo te promene naglašavaju važnost kontekstualnog pristupa jer iste individualne veštine proizvode različite ishode zavisno od medijskih sloboda, obrazovnih kapaciteta i demokratskih institucija u kojima se primenjuju.

Druga prednost leži u komparativnoj primenljivosti. EAVI je razvijen sa namerom da omogući međunarodne komparacije uprkos različitim političkim tradicijama, medijskim sistemima i obrazovnim modelima evropskih zemalja. Ugrađivanje EAVI logike u IIMP otvara mogućnost da se metodologija primeni u drugim zemljama regiona, čime bi se vremenom stvorila baza komparativnih podataka koja bi omogućila dublju analizu odnosa između strukturalnih faktora i stvarnih kompetencija građana.

Treće, integrisani pristup ima direktne implikacije za dijagnostiku i kreiranje javnih politika. Kada indeks pokazuje nizak nivo medijske pismenosti, potrebno je utvrditi da li je to rezultat nedostatka individualnih veština, sistemskih barijera, ili njihove neusklađenosti. Svaki od ovih scenarija zahteva različite vrste intervencija. Nedostatak veština upućuje na potrebu za programima medijskog obrazovanja, sistemske barijere zahtevaju strukturalne reforme (medijskih sloboda, obrazovnog sistema, demokratskih institucija), dok situacija gde postoje i kompetencije i mogućnosti ali se ne susreću sugerise potrebu za intervencijama koje se odnose

na motivaciju, poverenje, percipiranu sigurnost. Integrirani indeks omogućava ovakvu vrstu dijagnostike i njegove analitičke mogućnosti demonstriramo u zaključnim odeljcima nakon što predstavimo empirijske nalaze za Srbiju.

Dakle, imajući u vidu tri ključne dimenzije, i polazeći od EAVI okvira, u kreiranju indeksa polazimo od sledeće definicije medijske pismenosti:

Medijska pismenost predstavlja sposobnost pristupa, kritičkog čitanja (analize i evaluacije) i participacije kroz medije (kao sadržaje i tehnologije), pri čemu se ove kompetencije razvijaju i praktikuju u specifičnim društvenim kontekstima koji obuhvataju tehnološku infrastrukturu, obrazovni sistem, medijske slobode, demokratske institucije, društveno poverenje i pripremljenost za nove tehnologije (veštačka inteligencija).

Ovakva definicija omogućava konstrukciju indeksa koji istovremeno meri, **šta građani mogu** (individualne kompetencije – IMP), **u kakvom okruženju to čine** (strukturalni faktori – eksterni indikatori), i **kakvu medijsku pismenost proizvodi njihova interakcija** (integrirani IIMP). U narednim odeljcima detaljno objašnjavamo kako smo operacionalizovali individualne kompetencije kroz anketno istraživanje, kako smo odabrali i harmonizovali eksterne indikatore okruženja, i na koji način smo kroz Delphi proces konsultacije sa ekspertima došli do finalne strukture i težina integrisanog indeksa.

I INDEKS MEDIJSKE PISMENOSTI (IMP), zasnovan na individualnim kompetencijama

Dizajn instrumenta i dimenzije merenja

Dizajn anketnog instrumenta sledi EAVI konceptualni okvir, fokusiran je na individualne kompetencije građana i meri tri ključne dimenzije: koliko su građani povezani sa medijskim ekosistemom kroz raznovrsnost i intenzitet korišćenja različitih platformi, koliko su sposobni za kritičku evaluaciju sadržaja kojima su izloženi, i u kojoj meri koriste medije za građansku participaciju i zaštitu sopstvene privatnosti u digitalnom prostoru. Međutim, u operacionalizaciji ovih dimenzija za kontekst Srbije 2025. godine uzeli smo u obzir tehnološke i društvene promene koje nisu postojale u vreme koncipiranja originalnog modela. Prilagođavanje EAVI okvira zahtevalo je tri ključna proširenja. Najpre, uvedena je dimenzija veštačke inteligencije (VI) koja ranije nije bila prisutna u tradicionalnim konceptualizacijama medijske pismenosti. Ova dimenzija obuhvata ne samo svest građana o prisustvu VI u medijskom okruženju već i njihove obrasce korišćenja VI alata za pristup informacijama i

kreiranje sadržaja. Drugo, dimenzija kritičke evaluacije proširena je da uključi verifikaciona ponašanja – ne meri se samo sposobnost prepoznavanja problematičnog sadržaja već i konkretne radnje koje građani preduzimaju kada naiđu na sumnjive informacije (proveravanje kroz više izvora, konsultovanje platformi za proveru činjenica, traganje za originalnim kontekstom). Ova proširenja odgovaraju na stvarnost savremenog medijskog okruženja gde nije dovoljno samo kritički misliti već aktivno i sistematski proveravati ono što se prezentuje kao informacija. Treće, dimenzija participacije dopunjena je veštinama zaštite u digitalnom okruženju – blokiranjem praćenja, zaštitom privatnosti, prijavljivanjem govora mržnje – prepoznajući da bez osećaja sigurnosti i kontrole nad ličnim podacima, građani ne mogu smisleno participirati u digitalnoj javnoj sferi.

Finalni instrument obuhvata šezdeset tri pitanja organizovana u tri sekcije koje prate teorijsku strukturu medijske pismenosti³. Prva sekcija (P1–P16) meri pristup i korišćenje medija, uključujući tradicionalne medije (televizija, radio, štampa) i digitalne platforme (društvene mreže, portali, video platforme, aplikacije za razmenu poruka), kao i obrasce korišćenja veštačke inteligencije. Druga sekcija (P17–P42) fokusirana je na kritičko čitanje medijskih sadržaja i obuhvata prepoznavanje različitih tipova problematičnog sadržaja (dezinformacije, senzacionalizam, pristrasno izveštavanje), sposobnost upravljanja emocionalnim reakcijama na medijske poruke, i konkretna ponašanja verifikacije. Treća sekcija (P43–P56) meri komunikaciju, kreiranje sadržaja, participaciju i zaštitne prakse u digitalnom okruženju. Dodatnih sedam pitanja (P57–P63) obuhvata sociodemografske karakteristike ispitanika koje omogućavaju stratifikovane analize prema polu, uzrastu, obrazovanju, tipu naselja i drugim relevantnim varijablama.

Uzorak i prikupljanje podataka

Anketno istraživanje je sprovedeno na dvostepeno stratifikovanom reprezentativnom uzorku od 800 punoletnih građana Srbije. Stratifikacija je izvršena na dva nivoa: prvi nivo činile su teritorijalne celine (Beograd, Vojvodina, centralna Srbija), a drugi nivo tip naselja (urbano, ruralno) unutar svake teritorijalne celine. Ovakva struktura omogućava da se podaci prikazuju prema ključnim sociodemografskim obeležjima – polu, starosnim grupama, nivou obrazovanja, prihodima, regionu i tipu naselja. Distribucija uzorka po polu i regionu u dobroj je meri usaglašena sa procenama Republičkog zavoda za statistiku, uz blagi pomak ka starijim

³ Kompletan upitnik je dostupan na svaki osnovan zahtev.

i ruralnim segmentima populacije što je karakteristično za telefonska istraživanja. Uprkos ovom pomaku, uzorak obezbeđuje zadovoljavajuću reprezentativnost odrasle populacije Srbije.

Terensko prikupljanje podataka realizovano je u periodu od 15. maja do 15. juna 2025. godine primenom CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) metoda. Telefonsko anketiranje omogućilo je brzo prikupljanje podataka na geografski disperznom uzorku uz istovremenu kontrolu kvaliteta kroz superviziju poziva i automatsku proveru logičkih konzistencija u toku razgovora. Prosečno trajanje intervjua bilo je dvadeset pet minuta. Podaci su kodirani i obrađeni u programu SPSS, pri čemu su primenjene standardne procedure čišćenja podataka i provere konzistencije odgovora.

Indeks medijske pismenosti - IMP

Nakon čišćenja podataka i testiranja pouzdanosti, sedam validiranih skala normalizovano je kako bi se omogućila njihova agregacija u kompozitne skorove. Normalizacija je izvršena uz poštovanje originalne metrike odgovora. Normalizovane skale objedinjene su u tri različite dimenzije medijske pismenosti na osnovu teorijskih razmatranja (koji aspekti su konceptualno centralni za svaku dimenziju) i empirijskih nalaza faktorske analize (koja pitanja stvarno mere zajedničku latentnu dimenziju i koliko objašnjavaju ukupnu varijansu).

Prva dimenzija meri raznolikost i intenzitet upotrebe različitih medijskih platformi i spremnost za usvajanje novih alata. Sastoji se iz dve komponente: koja meri koliko različitih izvora građani koriste za informisanje i zabavu, i obrasci upotrebe veštačke inteligencije (P10–P16) koja meri da li i kako građani koriste VI alate. Veća težina data je raznolikosti medija jer je to fundamentalniji aspekt medijske pismenosti – građani moraju najpre koristiti medije pre nego što mogu koristiti naprednije alate koji se baziraju na VI.

Druga dimenzija obuhvata tri komponente kritičkog čitanja medijskih sadržaja. Prepoznavanje problematičnog sadržaja (P17–P21) meri da li građani mogu identifikovati dezinformacije i pristrasno izveštavanje. Upravljanje uticajem informacija (P22–P24) fokusira se na emotivnu regulaciju – da li građani dozvoljavaju da ih medijske poruke brzo uznemire ili su sposobni za distanciran pristup. Verifikaciona ponašanja (P25–P30) mere konkretne radnje

koje građani preduzimaju kada naiđu na sumnjive informacije – da li proveravaju kroz više izvora, konsultuju fact-checking sajtove na primer. Najveća težina data je prepoznavanju jer je to preduslov za ostale dve komponente – građani najpre moraju uočiti problem pre nego što mogu na njega odgovoriti.

Treća dimenzija integriše dve: Digitalne bezbednosne i zaštitne veštine (P43–P50) mere primenu konkretnih mera zaštite privatnosti – blokiranje praćenja, upravljanje podacima koje građani dele, prijavljivanje govora mržnje. Građanski angažman (P51–P56) meri koliko građani koriste digitalne platforme za javnu participaciju – deljenje društveno relevantnih informacija, pozivanje na odgovornost, zagovaranje ideja, organizovanje događaja. Veća težina data je građanskom angažmanu jer je to finalni cilj medijske pismenosti u demokratskom društvu, dok su zaštitne veštine preduslov koji omogućava sigurno učešće.

Rezultati otkrivaju značajne razlike među dimenzijama. Dimenzija koja se odnosi na pristup i korišćenje pokazuje najnižu prosečnu vrednost ($M = 25.5$, $SD = 19.7$) uz najširi raspon ($0-79.9$), što potvrđuje velike razlike između ispitanika u pristupu medijima i korišćenju veštačke inteligencije. Kritičko čitanje se pokazala kao najstabilnija dimenzija ($M = 42.1$, $SD = 15.1$), što ukazuje da su strategije kritičkog čitanja i verifikacije relativno ravnomernije zastupljene u populaciji i predstavljaju noseći stub individualne medijske pismenosti. Participacija je prosečno niža ($M = 27.6$, $SD = 20.2$) i pokazuje najveću heterogenost, što sugeriše da participativna ponašanja i zaštitne prakse još nisu postali ujednačena praksa – mali deo populacije je veoma aktivan dok većina ostaje pasivna ili retko angažovana.

Finalni kompozitni **Indeks medijske pismenosti (IMP)** konstruisan je kao ponderisani prosek tri dimenzije. Dimenzija kritičke evaluacije nosi dominantnu težinu kao najstabilniji i konceptualno najvažniji domen – sposobnost kritičkog razumevanja i provere informacija predstavlja srž medijske pismenosti bez koje ni pristup ni participacija ne mogu biti smisleni. Dimenzija koja obuhvata korišćenje medija i veštačke inteligencije kao i dimenzija koja se odnosi na digitalno građanstvo i participaciju nose niže težine, zato što pokazuju veću varijabilnost i zavisnost od strukturalnih faktora (infrastrukture, demokratskog konteksta) koji će biti obuhvaćeni u eksternim indikatorima. Raspodela težina određena je nakon testiranja nekoliko mogućih formula na osnovu teorijske logike i empirijske stabilnosti.

Finalna formula za izračunavanje prosečne medijske pismenosti građana Srbije izgleda ovako:

$$\text{IMP} = 0,20 \times \text{D1} + 0,60 \times \text{D2} + 0,20 \times \text{D3}$$

Tabela br. 1: Struktura INDEKSA MEDIJSKE PISMENOSTI – IMP prema dimenzijama medijske pismenosti

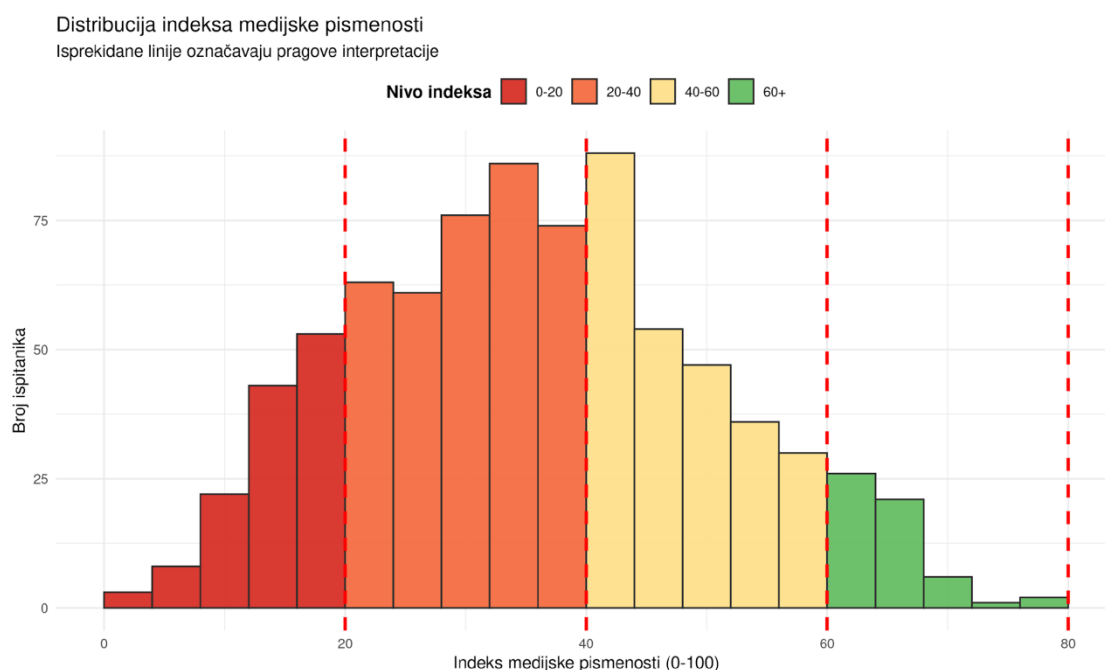
<i>DIMENZIJA MEDIJSKE PISMENOSTI</i>	<i>ŠTA MERI</i>	<i>Pitanja iz upitnika</i>	<i>UDEO DIMENZIJE U IMP</i>	<i>VREDNOSTI DIMENZIJA U IMP</i>
D1. PRISTUP I KORIŠĆENJE		P1–P16		
<i>Raznolikost korišćenja medija</i>	Učestalost korišćenja devet vrsta medija, od televizije i radija do društvenih mreža i VI	(P1–P9)	20%	25.5
<i>Obrasci upotrebe veštačke inteligencije</i>	Načine na koje se ljudi oslanjaju na alate veštačke inteligencije	(P10–P16)		
D2.KRITIČKO PROMIŠLJANJE		P17–P42		
<i>Prepoznavanje problematičnog sadržaja</i>	Koliko često ispitanici primećuju lažne vesti, teorije zavere, govor mržnje i slične pojave	(P17–P21)	60%	42.1
<i>Upravljanje uticajem informacija</i>	Kako ljudi doživljavaju pritisak informacija i emotivne reakcije na medijske sadržaje	(P22–P24)		
<i>Verifikaciona ponašanja</i>	Strategije koje građani koriste kada proveravaju sumnjive informacije	(P25–P30)		
D3.PARTICIPACIJA		P43–P56		
<i>Digitalne bezbednosne i zaštitne veštine</i>	Osam aktivnosti kojima se proverava koliko građani znaju da zaštite sebe i druge onlajn	(P43–P50)	20%	27.6
<i>Građanski angažman</i>	Načine na koje ljudi koriste medije za informisanje, deljenje stavova i organizovanje	(P51–P56)		

Prosečna vrednost IMP za Srbiju 2025. iznosi 35.9 poena

(SD = 14.9), sa rasponom od 3 do 77.2.

Nijedan ispitanik ne dostiže gornju četvrtinu spektra (preko 75 poena), što ukazuje da veoma visoki nivoi medijske pismenosti praktično ne postoje u opštoj populaciji. Distribucija je asimetrična sa težištem u nižim zonama: 16% ispitanika se nalazi u kategoriji veoma niskog nivoa (0–20 poena), 45% u kategoriji niskog nivoa (21–40), 32% dostiže srednji nivo (41–60), a samo 7% prelazi prag visokog nivoa (61–80). Kategorija veoma visokog nivoa (81–100) ostaje nepopunjena.

Ovakva distribucija jasno ukazuje na potrebu za sistemskim intervencijama. Većina građana (61%) ima niske ili veoma niske kompetencije, što znači da postoje praznine u znanju i da značajan deo populacije nije osposobljen za sigurnu i efektivnu navigaciju savremenim medijskim okruženjem. Istovremeno, postojanje malog ali prepoznatljivog segmenta sa visokim kompetencijama (7%) sugeriše da strukturalni uslovi dozvoljavaju razvoj medijske pismenosti kod onih koji imaju pristup obrazovanju, resurse i motivaciju – pitanje je kako te uslove učiniti dostupnijim široj populaciji.



Distribucija ukupnog indeksa medijske pismenosti

Anketni nalazi predstavljaju osnovu za izračunavanje indeksa medijske pismenosti na nivou individualnih kompetencija. Kao takav, ovaj Indeks se može koristiti za redovno praćenje porasta ili pada nivoa medijske pismenosti u Srbiji čime se posredno može pratiti i efikasnost javnih politika i drugih aktivnosti u ovoj oblasti. Praćenje je moguće i prema

dimenzijama medijske pismenosti, čime se pruža uvid u delotvornost kampanja koje ciljaju na konkretne kompetencije poput verifikacionih ponašanja, digitalnih veština i sl.

Indeksom medijske pismenosti – IMP odgovoreno je na drugi zahtev koji se odnosio na razvijanje instrumenta za istraživanje razvijenosti medijske pismenosti opšte populacije. Ovaj Indeks (IMP) posredno odgovara i na treći zahtev da bude osetljiv na promene u okruženju. Svakako, anketni instrument je potrebno revidirati na godišnjem nivou u konsultaciji sa ekspertima iz akademske zajednice.

II INTEGRISANI INDEKS MEDIJSKE PISMENOSTI IIMP

Jedan od zahteva je bio da se pruži procena trenutne situacije i pripremi teren za godišnju evaluaciju efekata kumulativnih aktivnosti u oblasti medija i digitalne pismenosti u odnosu na Indeks. Prethodni nalazi pružaju uvid u medijsku pismenost građana Srbije, ali ne mogu sami objasniti zašto su kompetencije na ovom nivou. Odgovori leže u strukturalnim faktorima okruženja – u kvalitetu medijskog sistema, u kapacitetima obrazovanja, u nivou demokratskih sloboda i društvenog poverenja. Analiza tih faktora, koja sledi u narednom odeljku, omogućava da razumemo ne samo šta građani mogu već i u kakvim uslovima to mogu. Time se direktnije odgovara na zahtev osetljivosti indeksa na promene u okruženju. Jedna od mogućih nadogradnji IMP faktorima okruženja je **predlog Integrisanog indeksa medijske pismenosti – IIMP** koji detaljno obrazložimo u tekstu koji sledi.

FAKTORI OKRUŽENJA - ANALIZA EKSTERNIH INDIKATORA

Dok anketno istraživanje meri šta građani trenutno mogu, analiza faktora okruženja meri u kakvim sistemskim uslovima to čine. Medijska pismenost nije samo individualni atribut već proizilazi iz interakcije između kompetencija i strukturalnog konteksta. Odabrane faktore okruženja grupisali smo u šest kategorija: (1) infrastruktura i pristup, (2) obrazovni temelji, (3) medijske slobode i pluralizam, (4) demokratski kontekst, (5) društveno poverenje, privatnost i sajber-bezbednost i (6) pripremljenost za veštačku inteligenciju. Izbor kategorija vođen je kombinacijom teorijskih razmatranja i pragmatičnih ograničenja. Teorijski, kategorije pokrivaju dimenzije koje EAVI okvir prepoznaje kao relevantne faktore okruženja – dostupnost medija, obrazovanje, medijski sistem, društveni kapital. Pragmatično, izbor je ograničen dostupnošću pouzdanih i međunarodno uporedivih podataka. ***Određene dimenzije koje bi bile idealno relevantne – poput sistematskog praćenja implementacije politika***

medijske pismenosti ili evaluacije neformalnih obrazovnih programa – nisu uključene zbog nedostatka redovno ažuriranih izvora. Takođe, uključene su dve nove dimenzije koje nisu bile deo originalnog EAVI okvira ali odgovaraju na transformacije savremenog medijskog okruženja: sajber-bezbednost i pripremljenost za veštačku inteligenciju.

Za procenu vrednosti ovih kategorija korišćeni su javno dostupni podaci iz pouzdanih izvora kao indikatori. Eksterni podaci prikupljeni su iz nacionalnih izvora (Republički zavod za statistiku - RZS, Gemius, SHARE Fondacija) i međunarodnih baza podataka (OECD PISA, Eurostat, European Social Survey - ESS, UN E-Government Survey, Reporters Without Borders Press Freedom Index, Centre for Media Pluralism and Media Freedom, Freedom House, Global AI Index). Ukupno trideset jedan indikator, organizovan u šest kategorija, upotrebljen je za evaluaciju ključnih aspekata okruženja relevantnih za medijsku pismenost. Podaci se odnose na period 2022–2025, pri čemu su korišćeni najnoviji dostupni podaci za svaki indikator. Svi indikatori normalizovani su na jedinstvenu skalu 0–100 kako bi se omogućila njihova komparacija i agregacija u kompozitne skorove po kategorijama.

U narednim odeljcima detaljno obrazložimo svaku od šest kategorija, objašnjavamo koje indikatore uključuju i kako se međusobno povezuju, i analiziramo njihov odnos sa anketnim nalazima o individualnim kompetencijama.

II.1. INFRASTRUKTURA I PRISTUP

Tehnološka dostupnost predstavlja fundamentalni preduslov za razvoj medijske pismenosti – građani ne mogu koristiti digitalne medije ako nemaju pristup internetu, uređajima i platformama. Ova kategorija obuhvata pokazatelje penetracije interneta u domaćinstvima (RZS, 2023), učestalost korišćenja društvenih mreža i digitalnih servisa (RZS, 2023), pokrivenost populacije domaćim medijskim portalima (Gemius, 2024), i kompozitni indeks digitalne povezanosti koji meri kvalitet mrežne infrastrukture i brzinu pristupa (Digital Connectivity Index, Globalni indeks VI 2024).

Podaci pokazuju da Srbija ima razvijenu digitalnu infrastrukturu. Penetracija interneta u domaćinstvima dostigla je osamdeset pet procenata, što znači da velika većina građana ima tehnički pristup digitalnim medijima. Svakodnevno korišćenje društvenih mreža registrovano je kod osamdeset dva procenta odrasle populacije, dok domaće medijske portale mesečno

posećuje šezdeset devet procenata korisnika interneta. Indeks digitalne povezanosti (64.8/100) potvrđuje da mrežna infrastruktura omogućava ne samo pristup već i kontinuiranu, relativno brzu razmenu podataka neophodnu za savremeno medijsko iskustvo. Prosečna vrednost kategorije infrastrukture i pristupa iznosi 78.98/100, što je najviši skor među svim dimenzijama okruženja i pozicionira Srbiju visoko na skali dostupnosti i kvaliteta infrastrukture.

Međutim, komparacija sa anketnim nalazima otkriva značajnu neusklađenost. Dok eksterni podaci pokazuju visoku tehnološku dostupnost, anketna dimenzija pristupa i korišćenja sugerise da se tehnološka mogućnost ne pretvara automatski u efektivnu kompetenciju. Na primer, građani imaju internet i uređaje ali ne koriste raznovrsne izvore – oslanjaju se na ograničen broj platformi, dominantno na društvene mreže kao primarni izvor informacija, dok tradicionalne medije i specijalizovane portale koriste sporadično. Ovaj nalaz ukazuje da problem nije u infrastrukturi već u motivaciji, medijskim navikama, ili nedostatku svesti o prednostima raznovrsnih izvora. ***Sistemske intervencije, prema tome, ne bi trebalo da se fokusiraju na dalji razvoj infrastrukture već na programe medijske pismenosti koji će građanima pomoći da bolje iskoriste već dostupne resurse.***

II.2. OBRAZOVNI KAPACITETI

Obrazovni sistem predstavlja ključnu instituciju za razvoj kritičkog mišljenja i medijske pismenosti kod mladih generacija. Sposobnost analize tekstova, razumevanja argumenata, evaluacije izvora i korišćenja informacija za rešavanje problema – kompetencije koje se razvijaju kroz formalno školovanje se reflektuju na kapacitete za kritičko čitanje medija. Ova kategorija integriše objektivne pokazatelje obrazovnih postignuća i ekspertsku procenu sistemske podrške medijskoj pismenosti.

Osnovni indikator su rezultati PISA testiranja (OECD Programme for International Student Assessment, 2022) koji meri funkcionalne kompetencije petnaestogodišnjaka u čitalačkoj, matematičkoj i naučnoj pismenosti. Čitalačka pismenost posebno je relevantna jer obuhvata ne samo razumevanje tekstova već i sposobnost njihove evaluacije, prepoznavanja autorske perspektive i korišćenja informacija za argumentovane zaključke. Prevođenjem rezultata PISA 2022 testiranja u Srbiji na 0-100 skalu dobili smo prosečnu vrednost 49.33/100. Ovaj rezultat sugerise da obrazovni sistem ne razvija dovoljno kompetencije za kritičko čitanje i rezonovanje kod mladih.

Pored objektivnog merenja postignuća učenika, kategorija uključuje ekspertsku procenu sistemске podrške medijskoj pismenosti u obrazovanju. Tokom Delphi procesa, ekspertski panel (koji je uključivao nastavnike, pedagoge, istraživače obrazovanja i medijske pismenosti) procenjivao je u kojoj meri obrazovni sistem Srbije podržava razvoj medijske pismenosti. Prosečna ocena bila je 3.21/10, što nakon normalizacije daje 32.1/100. Ova niska ocena pokazuje da postoji jaz između objektivnih merenja kompetencija učenika (PISA) i ekspertске procene sistemске podrške obrazovnog sistema za medijsku pismenost i on ukazuje na strukturalni problem: obrazovni sistem kao celina ne pruža dovoljno usmerenu podršku za razvoj kritičke medijske pismenosti kroz nastavne programe, obuke nastavnika i pedagoške pristupe. Ocena eksperata proističe iz uvida u kurikulume, nastavne prakse i institucionalne kapacitete, pa dopunjuju procenu obrazovnog sistema uvidima koje PISA testiranje ne uključuje.

Veza sa anketom je indirektna ali važna: dimenzija u okviru ankete meri kritičke veštine kod odraslih, dok PISA pokazuje kakve obrazovne temelje stiču mlađe generacije. Anketna dimenzija koja se odnosi na kritičko čitanje iznosi 42.10/100 i predstavlja najstabilniji i najviši individualni domen među odraslima, što je neznatno niže od PISA proseka mladih (49.33/100), ali znatno iznad ekspertске procene sistemске podrške (32.1/100). Ovo sugeriše da građani razvijaju određene kritičke veštine uprkos nedostatku sistemске podrške u obrazovanju, verovatno kroz neformalne kanale učenja i životno iskustvo. Međutim, ni jedni ni drugi ne dostižu viši nivo kompetencija, što ***potvrđuje potrebu za sistemskim intervencijama u obrazovnom sistemu usmerenim na razvoj kritičkog mišljenja od najranijih nivoa školovanja.***

II.3. MEDIJSKE SLOBODE I PLURALIZAM

Kvalitet medijskog sistema u kojem se građani informišu fundamentalno određuje mogućnosti za razvoj medijske pismenosti. Čak i ako građani poseduju razvijene kritičke kompetencije, njihova primena je ograničena ako medijsko okruženje nudi nizak pluralizam perspektiva, ako novinari rade pod pritiscima koji kompromituju nezavisnost izveštavanja, ili ako vlasničke strukture koncentrišu kontrolu nad informacijama. Medijska pismenost podrazumeva sposobnost pristupa raznovrsnim izvorima, evaluacije njihove pouzdanosti i formiranja informisanih mišljenja – ali sve to zavisi od toga da li takvi izvori uopšte postoje i da li mogu raditi slobodno.

Ova kategorija integriše dva međunarodno priznata izvora podataka. Press Freedom Index organizacije Reporters Without Borders (RSF, 2025) nakon invertovanja (46.5/100) pokazuje da je Srbija među zemljama sa umereno visokim rizicima po slobodu medija. Drugi izvor su četiri dimenzije Media Pluralism Monitor (Centre for Media Pluralism and Media Freedom, 2024) koji sistematski evaluira rizike po medijski pluralizam: fundamentalnu zaštitu (ustavna i zakonska osnova za slobodu medija), tržišnu raznovrsnost (koncentracija vlasništva, transparentnost), političku nezavisnost (uticaj vlasti na medije, finansiranje javnog servisa), i socijalnu inkluzivnost. Prosečan skor za Srbiju iznosi 47.75/100, pri čemu su najproblematičnije dimenzije politička nezavisnost i tržišna raznovrsnost.

Prosečna vrednost kategorije medijskih sloboda i pluralizma iznosi 47.17/100, što signalizira ozbiljna sistemska ograničenja. Nizak pluralizam znači da građani, čak i kada žele da konsultuju različite perspektive, nailaze na medijsko tržište koje je strukturalno homogenizovano – određena gledišta dominiraju javnom sferom dok su druga marginalizovana ne zbog nedostatka publike već zbog ekonomskih i političkih barijera ulaska. Nizak nivo slobode medija znači da čak i novinari koji teže nezavisnom izveštavanju rade pod pritiscima koji kompromituju njihovu sposobnost da istražuju i objavljuju kritičke sadržaje.

Veza sa anketnim nalazima posebno je indikativna. Tokom konstrukcije IMP, testirana je skala poverenja u različite izvore informacija. Ova skala isključena je iz finalnog indeksa zbog niske pouzdanosti, što znači da ispitanici nisu pokazali konzistentan obrazac vrednovanja izvora – neki su istovremeno veoma poverljivi prema svim izvorima, drugi veoma nepoverljivi, bez jasne diferencijacije između tipa izvora. Ovakva nedoslednost može biti direktna posledica nejasnog kvaliteta medijskog okruženja. Kada građani ne mogu da se oslone na stabilne kriterijume kvaliteta jer se medijski standardi toliko razlikuju ili menjaju, njihove procene postaju nesistematične i više odražavaju opšti nivo poverenja ili nepoverenja nego evaluaciju konkretnih izvora. ***Strukturalni nedostaci medijskog sistema, dakle, ne samo da ograničavaju pristup kvalitetnim informacijama već i otežavaju razvoj stabilnih kriterijuma za procenu pouzdanosti.***

II.4. DEMOKRATSKI KONTEKST

Medijska pismenost podrazumeva aktivno korišćenje medija za građansko delovanje – izražavanje mišljenja, mobilizaciju oko javnih pitanja, povezivanje i organizovanje. Međutim,

takvo korišćenje zavisi ne samo od individualnih kompetencija već i od institucionalnog okvira koji može da podstiče ili da obeshrabruje građansku participaciju. U okruženjima sa ograničenim demokratskim slobodama, građani mogu imati kompetencije i dostupne platforme ali se mogu suzdržavati od javnog angažovanja zbog straha od posledica, ili spoznaje da njihovo učešće neće imati stvarni uticaj na odlučivanje.

U ovoj kategoriji kombinujemo indikatore demokratskih sloboda i mogućnosti za digitalnu participaciju. Prema izveštaju Freedom House (Freedom in the World, 2024) Srbija je klasifikovana kao "delimično slobodna" sa skorom 56.0/100, Sloboda interneta (Internet Freedom) je nešto viša i iznosi 70/100, što ukazuje da je digitalni prostor relativno slobodniji od tradicionalnih medija. Prosečna vrednost kategorije demokratskog konteksta iznosi 64.5/100.

UN E-Participation Index (UN E-Government Survey, 2024) meri stepen u kojem vlade koriste digitalne platforme za građansko učešće. Ovaj indikator posebno je relevantan za digitalnu dimenziju medijske pismenosti jer pokazuje da li građani koji žele da se angažuju imaju dostupne resurse. Srbija na ovom indeksu beleži 73.0/100, što je visok skor, posebno u odnosu na opšti nivo demokratskih sloboda. Ova neusklađenost ukazuje da platforme za e-participaciju formalno postoje, institucije kreiraju onlajn mehanizme, ali ne odgovaraju suštinski na građanske zahteve, što vremenom može da demotiviše participaciju.

Prosečna vrednost kategorije demokratskog konteksta iznosi 64.5/100, a anketna dimenzija participacije je samo 27.56/100. Ova razlika između postojanja platformi i njihovog korišćenja sugerise da ***tehnološka mogućnost ne garantuje upotrebu kada građani pretpostavljaju da njihovo učešće neće proizvesti rezultate. Ovaj problem zahteva kulturnu promenu u odnosu institucija prema građanskoj participaciji ne samo unapređivanje platformi.***

II.5. DOMEN POVERENJA, PRIVATNOSTI I SAJBER-BEZBEDNOSTI

Društveno poverenje, kultura zaštite podataka i bezbednost digitalnog okruženja zajedno čine osnovu za smislenu medijsku participaciju. Bez minimalnog nivoa poverenja u druge ljude i institucije, građani se povlače iz javne sfere i ograničavaju svoje aktivnosti na privatne krugove. Bez svesti o privatnosti i poznavanja zaštitnih mera, građani su izloženi

zloupotrebama podataka koje ih mogu odvratiti od javnog angažovanja. U proceni ove kategorije oslanjamo se na tri tipa podataka.

Prvo, koristimo Eurostat podatak o poverenju u ljude, iz European Social Survey (ESS, 2023) poverenje u ljude, fer ponašanje i spremnost na pomoć. Prema ovim podacima nivo međuljudskog poverenja u Srbiji iznosi 44.2/100, što je ispod evropskog proseka.

Drugo, uključujemo podatke o praksi zaštite privatnosti iz nacionalne ICT ankete (RZS, 2023). Prema podacima RZS, u proseku samo 21.9% građana primenjuje mere zaštite privatnosti (poput isključivanja praćenja lokacije, ograničavanja vidljivosti profila na društvenim mrežama, blokiranja ličnih podataka za oglašavanje), što je veoma nizak procenat, posebno jer se radi o populaciji koja intenzivno koristi digitalne platforme.

Treće, kategorija obuhvata podatke o sajber-bezbednosti medijskog sektora (SHARE Fondacija, Cybersecurity Monitoring, 2024) koji prate incidente poput hakerskih napada na medijske sajtove, direktne pretnje i napade na novinare putem digitalnih kanala, zloupotreba, diskriminaciju i govor mržnje. Prema ovim podacima indikator sajber-bezbednosti medija deluje visoko (71.94/100), ali treba imati u vidu da ovaj indikator ukazuje samo na prijavljene incidente (stvaran broj je verovatno viši) i ne meri subjektivnu percepciju bezbednosti.

Prosečna vrednost kategorije poverenja, privatnosti i sajber-bezbednosti iznosi 38.52/100 (kombinacija umerenog poverenja 44.2/100, veoma niske rasprostranjenosti zaštitnih praksi 21.9/100, i srednje sajber-bezbednosti 71.9/100). Relativno visok pokazatelj sajber-bezbednosti podiže ukupan prosek ali ne može kompenzovati niske nivoe društvenog poverenja i individualne zaštite privatnosti.

Veza sa anketom otkriva višestruki jaz između znanja, prakse i sistemske bezbednosti. Anketna dimenzija participacije (P43-P50) meri da li ispitanici znaju kako da primene osam različitih zaštitnih mera (prijava govora mržnje, isključivanje praćenja, zaštita od prevara itd.), dok eksterni podaci pokazuju da samo oko 22% građana zaista primenjuje te mere u praksi. Istovremeno, pokazatelj sajber-bezbednosti (71.94/100) sugerise da je sistemska bezbednost bolja od individualne spremnosti. To nam govori da građani nisu dovoljno osposobljeni za zaštitu, čak i u okruženju gde objektivni rizici nisu ekstremno visoki. Iako kod određenog dela populacije znanje postoji, ono se ne manifestuje nužno u svakodnevnoj praksi. Ovi nalazi nam

ukazuju na potrebu za intervencijama koje ne podučavaju samo veštinama, već i menjaju percepciju rizika, grade kulturu digitalne bezbednosti. Istovremeno, nizak nivo društvenog poverenja (44/100) u vezi je sa niskom participacijom. Građani koji ne veruju drugim ljudima manje su skloni javnom angažovanju jer percipiraju da će biti izloženi rizicima bez recipročne podrške ili zaštite. Prema tome, ***potrebne su intervencije koje pospešuju protektivna ponašanja, ali i poboljšanje osnova za proaktivno delovanje - uspostavljanje odnosa poverenja između ljudi, zatim građana i institucija.***

II.6. PRIPREMLJENOST ZA VEŠTAČKU INTELIGENCIJU

Veštačka inteligencija sve više postaje integralni deo medijskog ekosistema – od automatizovanog generisanja vesti do personalizovanih preporuka koje oblikuju informaciono iskustvo korisnika. Medijska pismenost u savremenom okruženju zahteva razumevanje tradicionalnih medijskih procesa i sposobnost navigacije sadržajima posredovanim ili kreiranim veštačkom inteligencijom. To uključuje prepoznavanje sadržaja generisanog VI, kao i kritičku evaluaciju autentičnosti i pouzdanosti takvog sadržaja. Razvoj ovih kompetencija zavisi i od institucionalnih kapaciteta društva da reguliše i transparentno koristi VI tehnologije ali i poverenja javnosti u VI.

U ovoj kategoriji integrišemo Indeks spremnosti za VI 2024 Međunarodnog Monetarnog Fonda (IMF AI Preparedness Index) koji za Srbiju iznosi 54.0/100 i ukazuje na umerenu institucionalnu spremnost. Ovaj indeks obuhvata regulatorne okvire, tehničku infrastrukturu, ljudske resurse i kapacitete za inovacije u oblasti VI. Iz Globalnog indeksa VI koristimo podatke o Digitalnoj povezanosti (Global AI Index – Digital Connectivity) koji potvrđuju da je tehnološka osnova za primenu VI dobra 64.8/100. Međutim podatak o poverenju javnosti iz istog izvora podataka pokazuje jaz između infrastrukturne osnove i nivoa poverenja u tehnologije VI - 36.9/100, upućujući na nedovoljno razumevanje načina funkcionisanja VI, nedostatka transparentnosti u primeni VI, ili straha od potencijalne zloupotrebe. Prosečna vrednost kategorije pripremljenosti za VI iznosi 51.9/100.

Nisko poverenje se jasno nadovezuje na podatke iz ankete koji pokazuju da samo 23,9% (191 od 800) ispitanika koristi VI platforme. Nisko poverenje u VI i niska stopa upotrebe se međusobno pojačavaju jer građani zbog nepoverenja ne koriste VI, a poverenje ne raste zbog

manjka iskustva u upotrebi. Celovito sagledavanje ove kategorije ukazuje na ***potrebu za proaktivnim pristupom koji integriše nekoliko dimenzija.***

***Prvo,** transparentne politike o tome kako javne institucije i medijske organizacije koriste VI – koji algoritmi biraju vesti, kako se treniraju modeli, ko je odgovoran za greške.*

***Drugo,** obrazovanje o VI tehnologijama ne samo na tehničkom nivou već i na nivou razumevanja društvenih implikacija – kako VI menja medije, koje su etičke dileme, kako zaštititi prava korisnika.*

***Treće,** građansko osnaživanje kroz programe koji podučavaju kritičku evaluaciju AI-generisanih sadržaja.*

Bez ovakvih intervencija, postoji rizik da se stvori novi digitalni jaz – između manjine koja koristi VI alate i razume njihovu logiku, i većine koja ostaje pasivna i nepoverljiva, što dalje produbljuje nejednakosti u medijskoj pismenosti.

III VALIDACIJA I FINALNA KONSTRUKCIJA IIMP

Nakon što su anketno istraživanje i analiza eksternih indikatora proizveli dva komplementarna profila – individualne kompetencije (IMP 35.9/100) i strukturalne uslove (šest kategorija okruženja) – preostalo je metodološko pitanje kako ih integrisati u jedinstvenu metriku. Za tu svrhu primenjen je Delphi metod konsenzusa sa ekspertskom grupom kako bi se empirijski utvrdile relativne važnosti pojedinih dimenzija.

Delphi proces i postizanje konsenzusa

U Delphi procesu učestvovalo je trideset eksperata iz oblasti obrazovanja, medija, medijskih i obrazovnih politika, i civilnog društva. Panel je uključivao nastavnike, novinare sa iskustvom u fact-checkingu i verifikaciji, istraživače koji se bave digitalnim kompetencijama i dezinformacijama, predstavnike državnih institucija, i aktiviste organizacija civilnog društva koje sprovode programe medijske pismenosti. Geografski i institucionalno raznovrsna struktura panela osigurala je da konsenzus ne odražava perspektivu samo jedne grupe aktera već integriše uvide iz različitih pozicija u sferi medijske pismenosti.

Delphi metod sproveden je u dve runde tokom oktobra 2025. godine. U prvoj rundi, eksperti su individualno dodeljivali težine na sedam ponuđenih dimenzija medijske pismenosti: Povezanost i pristup, Kritička evaluacija, Demokratska participacija, Medijske slobode, Poverenje i privatnost, Sajber-bezbednost, i Spremnost za veštačku inteligenciju. Svaka dimenzija bila je praćena kratkim objašnjenjem šta meri i kako proističe iz anketnih i eksternih podataka. U drugoj rundi, eksperti su dobili agregirane rezultate prve runde (medijana i interkvartilni raspon za svaku dimenziju), uvid u kvalitativna obrazloženja drugih učesnika, i mogućnost da revidiraju svoje težine u svetlu kolektivnih procena. Postignuta je saglasnost za sve dimenzije prema dvostrukim, unapred definisanim kriterijumima statističke stabilnosti i konsenzusa.

U konstrukciji finalnog indeksa izvršena su dva metodološka prilagođavanja.

Prvo, dimenzije Poverenje i privatnost i Sajber-bezbednost spojene su u jednu dimenziju Poverenje, privatnost i sajber-bezbednost sa kombinovanom težinom. Ova odluka zasnovana je na konceptualnoj bliskosti ovih dimenzija, činjenici da počivaju na eksternim indikatorima koji mere društveno poverenje, zaštitne mere korisnika i sistemsku sajber-bezbednost.

Drugo, nakon spajanja izvršena je normalizacija svih težina proporcionalnim skaliranjem. Finalna struktura IIMP zasniva se na šest dimenzija: (1) Povezanost i pristup – 15.71%, (2) Kritička evaluacija – 20.94%, (3) Demokratska participacija – 10.47%, (4) Medijske slobode – 20.94%, (5) Poverenje, privatnost i sajber-bezbednost – 20.94%, (6) Spremnost za veštačku inteligenciju – 11.00%. Ovaj raspon pokazuje da su ekspertima centralne i podjednako važne za medijsku pismenost - kritička evaluacija i medijske slobode.

Primena Delphi-validiranih težina na skorove dimenzija proizvodi finalni Integrirani indeks medijske pismenosti za Srbiju 2025: **IIMP = 43.11/100**. Tabela br. 2 prikazuje doprinos svake dimenzije ukupnom indeksu.

**U okviru Integrisanog indeksa medijske pismenosti - IIMP
ukupan skor za Srbiju za 2025. godinu iznosi 43.11 od maksimalnih 100.**

Tabela br. 2: Konačan obračun IIMP za Srbiju:

<i>Dimenzija</i>	<i>Skor dimenzije</i>	<i>Težina u IIMP</i>	<i>Doprinos IIMP</i>
POVEZANOST I PRISTUP	52.23	15.71%	8.2
KRITIČKA EVALUACIJA	45.72	20.94%	9.57
DEMOKRATSKA PARTICIPACIJA	46.03	10.47%	4.82
MEDIJSKE SLOBODE	47.17	20.94%	9.88
POVERENJE, PRIVATNOST I SAJBER-BEZBEDNOST	38.52	20.94%	8.07
PRIPREMLJENOST ZA VEŠTAČKU INTELIGENCIJU	23.42 (60/40)	11.00%	2.58
<i>IIMP Srbija</i>		100%	43.11

Glavna saznanja

Broj poena koje je Srbija ostvarila u 2025. godini 43.11 može se interpretirati kao srednje-nizak nivo integrisane medijske pismenosti. Takođe, posmatrano prema integrisanom indeksu IIMP (43.11), Srbija bolje stoji u medijskoj pismenosti nego prema indeksu baziranom samo na anketnim podacima IMP (35.9/100). Ovakav rezultat zasnovan je na visokim procenama Srbije prema eksternim pokazateljima infrastrukture (78.98) i demokratskog konteksta (64.50). Međutim, ***neusklađenost između strukturalnih mogućnosti i individualne upotrebe ostaje vidljiva i u integrisanom indeksu.***

Tri dimenzije približno podjednako doprinose IIMP. Krićka evaluacija (9.57), Medijske slobode (9.88), Poverenje, privatnost i sajber bezbednost (8.07), zajedno nose skoro dve trećine indeksa. Ove tri dimenzije i prema teorijskim pretpostavkama predstavljaju osnov medijske pismenosti – sposobnost kritiçkog rasuđivanja, okruženje koje pruža pluralizam perspektiva, i sigurnost koja omogućava javno angažovanje. Povezanost i pristup (8.20) i Demokratska participacija (4.82) doprinose umereno, dok Spremnost za VI (2.58) najslabije doprinosi, zbog niske upotrebe koju pokazuje anketa kao i niskog poverenja na koje ukazuju eksterni podaci.

Vrednost dimenzije Povezanost i pristup (52.23) maskira jaz između infrastrukture (78.98) i upotrebe (25.48). Iako spoljašnji uslovi omogućavaju raznovrsno korišćenje medija, građani to ne čine. Ovaj nalaz ima direktnu implikaciju za javne politike, ukazujući donosiocima odluka da dalje investiranje u infrastrukturu najverovatnije neće značajno poboljšati medijsku pismenost. Veće pomake mogu doneti intervencije koje će građane osposobiti i motivisati da koriste već dostupne resurse. Slično tome, unutar dimenzije Demokratska participacija (46.03) visoka e-participacija merena prema spoljnim indikatorima je u nesaglasju sa niskim građanskim angažmanom prema podacima iz anketne, ponovo ukazujući na neiskorišćenost postojećih resursa. Najniža dimenzija, Spremnost za VI (23.42), signalizira da je ovo oblast gde su i strukturalni uslovi i individualne prakse nerazvijeni. Nisko poverenje i upotreba međusobno se pojaćavaju kreirajući začarani krug. Bez proaktivnih intervencija – transparentnih politika, obrazovanja o VI, etićkih standarda – postoji rizik da se ovaj jaz produbljuje i kreira novi digitalni jaz između manjine koja koristi VI alate i većine koja ostaje pasivna.

U svakom slućaju, Indeks medijske pismenosti (IMP) i Integrisani indeks medijske pismenosti (IIMP) postavljaju preko potreban temelj za buduće analize i praćenje trendova. Prvo, godišnje praćenje pokazaće da li intervencije (programi medijske pismenosti, reforme obrazovanja, promene u medijskom sistemu) proizvode stvarne promene. Drugo, kada se metodologija primeni u drugim zemljama, omogućiće rangiranje i identifikaciju najboljih praksi. Treće, posmatranjem IIMP kroz dimenzije pokazuje gde su prioriteti za systemske intervencije, za sadašnje i buduće trenutke i kontekste u kojima se indeks primenjuje.

Zaključna razmatranja i preporuke

Preporuke za javne politike: Četiri prioriteta pravca intervencija

Na osnovu rezultata IIMP, možemo izdvojiti četiri pravca za sistemske intervencije koje mogu proizvesti merljivo poboljšanje medijske pismenosti u Srbiji. Ovi pravci nisu izolovani već međusobno povezani – poboljšanje u jednom domenu podržava napredak u drugima i obratno.

I. Centralni prioritet jeste **razvoj sveobuhvatnih programa medijske pismenosti koji će građanima pomoći da bolje iskoriste već dostupnu tehnološku infrastrukturu**. Nalazi jasno pokazuju da problem nije u nedostatku tehnologije već u tome kako ih koriste. Programi medijske pismenosti treba da budu fokusirani na strategije raznovrsnog informisanja i verifikaciona ponašanja koja zahtevaju sistemsku podršku. Takvi programi bi trebalo da podučavaju građane kako da identifikuju i aktivno koriste raznovrsne izvore informacija, kao i da podignu svest o važnosti raznovrsnosti izvora – da različite platforme nude različite perspektive, da monopol nad informacijama može voditi pristrasnosti, da konsultovanje više nezavisnih izvora pomaže u formiranju informisanog mišljenja. Pored toga, za građane je značajno da nauče konkretne korake koje mogu primeniti kada naiđu na sumnjive informacije. Na primer, da provere informacije kroz više nezavisnih izvora pre nego što je podele, konsultuju fact-checking organizacije kada naiđu na senzacionalističke tvrdnje, potraže originalni kontekst fotografije ili izjave koja kruži društvenim mrežama, prepoznaju clickbait naslov koji obećava više nego što tekst zapravo pruža.

Posebnu pažnju bi valjalo usmeriti na starije demografske grupe i niže obrazovane segmente populacije koje često nemaju pristup neformalnim kanalima učenja za razliku od mlađe i obrazovnije populacije. Programe za starije i niže obrazovane građane treba koncipirati u skladu sa prethodnim znanjem, stilovima učenja, i različitim praktičnim potrebama. Pored prilagođavanja sadržaja može se prilagoditi i format – sporiji tempo, ponavljanje ključnih koncepata, upotreba primera iz svakodnevnog života, praktične demonstracije umesto apstraktnih objašnjenja. Forma programa može biti participativna. Na primer, građani mogu da vežbaju na realnim primerima, analiziraju konkretne vesti, koriste

alate za proveru fotografija i videa, diskutuju u grupama kako razlikovati vest od komentara, vežbaju proveru izvora i konteksta. Ovakvi programi mogu biti realizovani kroz radionice, oslanjajući se na postojeću infrastrukturu, poput biblioteka ili udruženja penzionera. Ključno je da programi budu besplatni, geografski rasprostranjeni kako bi pokrivali ne samo urbane već i ruralne oblasti, i kontinuirani kroz vreme, a ne jednokratne akcije koje brzo padaju u zaborav.

II. Ekspertska procena sistemske podrške obrazovanja medijskoj pismenosti pokazuje nizak nivo, dok PISA rezultati potvrđuju da obrazovni sistem ne razvija dovoljno kompetencije kritičkog čitanja kod mladih. Ovi nalazi ukazuju da je **potrebna sveobuhvatna reforma obrazovnog sistema** koja medijsku pismenost pozicionira kao transverzalnu kompetenciju kroz sve nivoe formalnog obrazovanja, od osnovne škole preko srednjeg obrazovanja do visokog obrazovanja, gde bi se kompetencije mogle koristiti, što je naročito važno kod fakulteta koji obrazuju nastavnike. Takva reforma bi trebalo da počne revizijom nastavnih planova i programa kako bi medijska pismenost bila i poseban predmet koji predaju svršeni studenti medijskih studija, ali i sistematski integrisana u sve druge relevantne predmete. Integrisanje medijske pismenosti kao međupredmetnu kompetenciju znači ugrađivanje veština kritičkog čitanja medija u postojeće predmete gde se to prirodno uklapa. Na primer, na časovima istorije đaci mogu kritički analizirati kako mediji reprezentuju istorijske događaje i društvene grupe. Ovakva integracija omogućava da učenici razvijaju medijske kompetencije kroz različite kontekste i predmete, čime se znanje učvršćuje i postaje primenljivo.

Naravno, reforma kurikuluma može postići pun efekat ako medijsku pismenost najpre predaju oni koji su za to obrazovani u okviru svojih sudija medija i komunikacija, a onda i kada se nastavnici drugih predmeta dodatno osnaže da podučavaju učenike kako da kritički evaluiraju sadržaje kojima su izloženi. To zahteva kontinuirane programe profesionalnog razvoja koji nastavnicima pružaju ne samo teorijsko razumevanje medijske pismenosti već i konkretne pedagoške strategije, aktivnosti i materijale koje mogu primeniti u učionici. Jednokratni seminari pokazuju ograničene efekte jer nastavnici brzo zaboravljaju sadržaj koji ne koriste redovno. Značajniji bi bili dugoročni programi sa mentorskim vođenjem, razmenom iskustava između kolega, i kontinuiranom podrškom.

Na kraju, efekti integrisanja medijske pismenosti u kurikulum trebalo bi sistemski evaluirati, pratiti kroz studije da li učenici koji su prošli kroz reformisane programe pokazuju bolje kompetencije od prethodnih generacija. Reforma obrazovnog sistema ne daje trenutne

rezultate, ali stvara sistemsku promenu jer mlađe generacije koje razvijaju kritičke veštine vremenom podižu ukupan nivo medijske pismenosti u populaciji.

III. Strukturalna ograničenja medijskog sistema direktno utiču na mogućnosti građana da razvijaju i primenjuju medijsku pismenost. Čak i kada građani poseduju kompetencije kritičke evaluacije, nizak pluralizam perspektiva i koncentrisana vlasnička struktura ograničavaju pristup raznovrsnim izvorima koje mogu kritički porediti. **Reforma medijskog sistema** je nužna paralelna intervencija bez koje individualne kompetencije ostaju ograničeno primenljive.

Jačanje nezavisnosti javnog medijskog servisa treba da predstavlja strateški prioritet jer javni mediji, kada funkcionišu prema svom mandatu, treba da budu model kvalitetnog novinarstva i raznovrsnosti perspektiva dostupan svim građanima bez obzira na ekonomski status. To zahteva fundamentalnu reformu mehanizama imenovanja upravljačkih tela kako bi se osiguralo da javni servis služi građanima a ne trenutnim vladinim interesima, kao i transparentne i predvidive forme finansiranja koje omogućavaju planiranje i nezavisnost od političkih pritisaka. Javni servis mora imati resurse i institucionalnu autonomiju da proizvodi kvalitetne informativne programe, istraživačko novinarstvo i edukativan sadržaj koji podiže nivo javne debate.

Paralelno sa reformom javnog servisa, potrebna je sistemska podrška nezavisnim i lokalnim medijima koji nude alternativne perspektive i pokrivaju teme koje mediji koji imaju usko-komercijalne interese i prodržavni mediji zanemaruju. Ovi mediji često opstaju na ivici ekonomske održivosti, što ih čini ranjivim na pritiske i korupciju. Transparentnost javnog finansiranja medija – zasnovane na jasnim kriterijumima i profesionalnim standardima – mogu osigurati njihovu ekonomsku održivost bez ugrožavanja uredničke nezavisnosti. Istovremeno, podrška lokalnim medijima koji pokrivaju regionalne i zajedničke teme omogućava građanima pristup informacijama relevantnim za njihov neposredni život koje nacionalni mediji često ignorišu.

Transparentnost vlasništva medija mora postati obavezujući standard jer građani imaju pravo da znaju ko stoji iza medijskih kuća koje prate i kako to potencijalno utiče na sadržaj koji konzumiraju. Regulatorni okvir treba da obavezuje javnu dostupnost podataka o vlasnicima medija, njihovim drugim poslovnim interesima, izvorima finansiranja, i

eventualnim konfliktima interesa. Ove informacije moraju biti lako dostupne i razumljive, ne sakrivene u nejasnim pravnim dokumentima. Kada građani znaju da određeni medij poseduje firma koja ima ugovore sa vladom, mogu svesnije proceniti da li izveštavanje tog medija o vladinom radu pokazuje bilo kakvu pristrasnost.

Konačno, zaštita novinara od pritisaka, pretnji, fizičkih napada i tužbi koje imaju za cilj da učutkaju kritičko izveštavanje predstavlja neophodan uslov za slobodno novinarstvo. Bez novinara koji mogu bezbedno istraživati i objavljivati istraživačke priče, građani ne mogu imati pristup kvalitetnim informacijama bez obzira koliko razvijene kompetencije poseduju. To zahteva ne samo pravni okvir koji adekvatno sankcioniše napade na novinare već i stvarnu primenu zakona, kao i jačanje mehanizama brzog pravnog i institucionalnog odgovora kada su novinari mete napada. Ove mere zahtevaju političku volju i mogu nailaziti na otpor jer ugrožavaju status quo, ali su neophodne za kreiranje medijskog okruženja u kojem medijska pismenost građana ima stvarni smisao.

IV. Nizak nivo društvenog poverenja, veoma niska primena zaštitnih mera privatnosti, i nisko poverenje u veštačku inteligenciju zajedno kreiraju okruženje u kojem građani, čak i kada poseduju znanje i veštine, ne participiraju aktivno u javnoj sferi ili ne koriste nove tehnologije koje postaju deo medijskog ekosistema. Ovaj **problem je povezan sa odnosom prema privatnosti, poverenjem u institucije i druge ljude, i razumevanje kako nove tehnologije menjaju medijsko okruženje.** Intervencije u ovoj oblasti moraju biti višedimenzionalne i **adresirati ne samo individualne prakse već i sistemsku bezbednost.**

U domenu privatnosti i digitalne bezbednosti, većina građana ne primenjuje osnovne zaštitne mere uprkos tome što neke od njih poznaju. To ukazuje da ne uviđaju rizike – koliko su njihovi podaci vredni i kako mogu biti zloupotrebljeni, pa zaštitu privatnosti doživljavaju kao nepotrebnu. Kampanje podizanja svesti bi trebalo usmeriti na ova pitanja, podučavajući tehničkim merama poput blokiranja praćenja ili kontrole dozvola aplikacija, i objašnjavajući konkretne načine na koje podaci mogu biti zloupotrebljeni. Građani treba da razumeju da zaštita privatnosti nije luksuz za one koji imaju nešto da sakriju već osnovno pravo i razumna predostrožnost u digitalnom okruženju. Sistemska bezbednost mora biti ugrađena u platforme kroz obavezujuće standarde zaštite podataka koji važe za sve digitalne servise koji rade sa građanima – od globalnih društvenih mreža do lokalne e-uprave. To znači jasna pravila o tome koji podaci smeju biti prikupljeni i u koje svrhe, obaveznu enkripciju osetljivih podataka,

automatsko brisanje podataka koji više nisu potrebni, i transparentnost o tome sa kim se podaci dele. Građani moraju imati jednostavan način da kontrolišu svoje podatke, vide ko im pristupa, i povuku dozvole koje su prethodno dale. Regulatorni okvir mora uključivati efektivne sankcije za kršenje standarda, ne samo simbolične kazne koje velike platforme tretiraju kao trošak poslovanja.

Kada je reč o veštačkoj inteligenciji, nizak nivo poverenja i niska stopa upotrebe međusobno se pojačavaju kreirajući začarani krug. Prekidanje ovog kruga zahteva transparentne politike upotrebe veštačke inteligencije u javnim institucijama i medijskim organizacijama. Građani treba da znaju kada komuniciraju sa automatizovanim sistemom a ne sa osobom, koji algoritmi biraju koje vesti vide na društvenim mrežama, kako se treniraju modeli koji generišu tekst ili slike i ko je odgovoran kada automatizovani sistem napravi grešku. Ova transparentnost gradi razumevanje i poverenje. Paralelno sa transparentnošću, potrebno je obrazovanje o veštačkoj inteligenciji koje nije fokusirano samo na tehničke detalje već na razumevanje društvenih implikacija. Građani treba da razumeju kako veštačka inteligencija menja produkciju vesti i sadržaja, koje su etičke dileme automatizovane moderacije sadržaja, kako zaštititi svoja prava kada algoritmi donose odluke koje utiču na njihov život, kako prepoznati sadržaj koji je generisan veštačkom inteligencijom. Istovremeno, medijske organizacije koje koriste veštačku inteligenciju za generisanje ili uređivanje sadržaja moraju biti transparentne o tome i odgovorne za ishode. Etički standardi primene veštačke inteligencije u medijima treba da osiguraju da ne vodi gubitku ljudske odgovornosti ili širenju dezinformacija.

Literatura

- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen Institute.
- Broadcasting Authority of Ireland - BAI. (2022). Media Literacy Policy. <https://www.medialiteracyireland.ie/wp-content/uploads/2022/12/BAI-ML-Policy-1.pdf>.
- Bulger, M. (2012). Measuring media literacy in a national context: challenges of definition, method and implementation. *Media Studies*, 3(6), 83-104. <http://hrcak.srce.hr/96376>.
- Celot, P. (2015). *Assessing media literacy levels and the European Commission pilot initiative*. European Association for Viewers Interests (EAVI). <https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/08/assessing.pdf>

- Celot, P., & Pérez Tornero, J. M. (2009). *Study on assessment criteria for media literacy levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed* (Final report). European Commission, Information Society and Media Directorate-General, Media Literacy Unit. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf
- Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities. *Official Journal of the European Union*, L 332, 27–45.
- DTI & EAVI (2011). *Testing and refining criteria to assess media literacy levels in Europe: Final report*. European Commission, Directorate-General for Information Society and Media, Media Literacy Unit. https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/08/study_testing_and_refining_ml_levels_in_europe.pdf
- Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2024). Media Pluralism Monitor 2024: Serbia. European University Institute. <https://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor-2024/>
- EAVI (2011). Assessing Media Literacy Levels and the European Commission. <https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/08/assessing.pdf>.
- European Commission. 2011. Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe Final Report. Commissioned by the European Commission Directorate-General for Information Society and Media; Media Literacy Unit. Danish Technological Institute & European Association for Viewers' Interests. https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/08/study_testing_and_refining_ml_levels_in_europe.pdf
- European Commission (2009). Commission Recommendation of 20 August 2009 on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society. *Official Journal of the European Union*, C 257, 1-6. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009H0625>.
- European Commission (2009). Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Brussels: European Commission - Expert Group on Media Literacy . https://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf.
- European Commission. (2007). A European approach to media literacy in the digital environment (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM(2007) 833 final).
- Erstad, O., & Amdam, S. (2013). From Protection to Public Participation: A Review of Research Literature on Media Literacy. *Javnost - The Public*, 20(2), 83-98.
- Eurostat. (2024). Social trust (ilc_pw03). Eurostat. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ilc_pw03/default/table
- FarrPoint. (2024). *International Digital Connectivity Readiness Index (DCRI), September 2024*. FarrPoint. https://www.farrpoint.com/uploads/store/mediaupload/1591/file/FarrPoint_International_DCRI_Sept_2024.pdf.
- Freedom House. (2024). Freedom in the World 2024: Serbia. Freedom House. <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2024>
- Gemius. (2024). Gemius Audience Serbia 2024: Online news portal reach. Gemius. <https://e-public.gemius.com/rs/rankings/12730>
- Grizzle, Alton, Torrent, Jordi & Perez Tornero, Jose Mael (2013a) MIL as a Tool to Reinforce Intercultural Dialogue: Principles and Aims of the UNESCO-UNAOC UNITWIN Cooperation Programme on Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue. In: Carlsson, Ula & Hope Culver, Sherri (eds.) *Media and Information Literacy and*

- Intercultural Dialogue*, (pp. 9-16). MILID Yearbook, The Interantional Clearinghouse on Children, Youth and Media Nordicom. Sweden: University of Gothenburg.
- Grizzle, A., Moore, P., Dezuanni, M., Asthana, S., Wilson, C., Banda, F., Onumah, C. (2013). *Media and information literacy: policy and strategy guidelines*. UNESCO
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Aspen Institute.
- Jolls, T. & Thoman, E. (2008). *Literacy for the 21st Century. An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education*. Part I: Theory CML MediaLit Kit™ A Framework for Learning and Teaching in a Media Age. Centre for Media Literacy.
https://webpace.ship.edu/hliu/etextbook/theory/doc/media%20literacy_v02.pdf.
- Republički zavod za statistiku. (2023). *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2023: Domaćinstva/pojedinci, preduzeća* (ISSN 1820-9084). Republički zavod za statistiku. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G202316018.pdf>
- The National Association for Media Literacy Education (NAMLE). 2024. *Media Literacy Framework*. <https://namle.org/resources/media-literacy-defined/>
- OEBS (2025) *Medijska pismenost građana Srbije*. Beograd.
- Ofcom. (2025). *Adults' media use and attitudes report 2025*. <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-adults/adults-media-use-and-attitudes>.
- Ofcom. (2023). *Future Technology and Media Literacy: Anchor document*.
<https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/research-and-data/media-literacy-research/making-sense-of-media/future-technology-trends-and-media-literacy/anchor-document.pdf?v=329832>.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *PISA 2022 results (Volume I): The state of learning worldwide – Reading*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/12/pisa-2022-results-volume-i_76772a36/53f23881-en.pdf
- OSCE (2022) *Media users over the age of 65 in Serbia*.
<https://www.osce.org/files/f/documents/3/2/541704.pdf>.
- Pereira, S., & Moura, P. (2022). Assessing media literacy competences: Reflections and recommendations from a quantitative study. *Journal of Media Literacy Education*, 14(3), 79-93. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-3-7>.
- Perez-Escoda, Ana, Garcia-Ruiz, Rosa, Aquaded, Ignacio. 2016. International dimensions of media literacy in connected world. *ATI – Appliens Technologies and Innovations*, 12 (2), 95-106.
- Potter, James W. (2022). Analysis of definitions of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*. 14(2), 27-43. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-2-3>.
- Reporters Without Borders. (2024). 2024 World Press Freedom Index. Reporters Without Borders. <https://rsf.org/en/index>
- Rowe, G. & Wright, G. (1999). “The Delphi Technique as a Forecasting Tool: Issues and Analysis,” *International Journal of Forecasting*, Vol. 15, No. 3, pp. 53-375.
- SHARE Foundation. (2024). *Cyber-safety monitoring report 2024: Serbia*. SHARE Foundation. <https://monitoring.labs.rs/en>.
- Tortoise Media. (2025). *The Global AI Index*. Tortoise Media.
<https://www.tortoisemedia.com/data/global-ai>
- UNESCO (2022). *Global Standards for Media and Information Literacy Curriculum Development*. Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000383043>
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2024). *United Nations E-Government Survey 2024: E-Participation index – Serbia*. United

Nations. <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/151-Serbia>

Vlada Republike Srbije. (2020). Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. godina. *Službeni glasnik RS*, br. 11/2020.

https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska_strategija210_cyr.pdf.

Wadhwa, A., & Nandal, S. (2025). Development of an Index in Social Science: A Systematic Literature Review. *The Scientific Temper*, 16(03), 3927–3942. DOI - 10.58414/SCIENTIFICTEMPER.2025.16.3.09