

Izveštaj iz istraživanja javnog mnjenja

Nova pismenost

Mladi i TikTok

Izveštaj iz istraživanja javnog mnjenja

Nova pismenost

Mladi i TikTok

(III ciklus)

Pripremio: **Centar za slobodne izbore i demokratiju**

Tamara Antović i Jelena Jeremić

Februar 2023. godine

SADRŽAJ

Izveštaj iz istraživanja javnog mnjenja	2
Nova pismenost	2
Mladi i TikTok.....	2
SADRŽAJ	3
I. Metodološke napomene i opis uzorka	4
1.1. Metodološke napomene	4
1.2. Opis uzorka	4
2. Sažetak	5
3. Konzumacija mreže TikTok	7
4. Šta mlade privlači na mreži TikTok?	8
5. BeReal, Discord, Snapchat i Twitch	10
6. Mladi i podcasti	15
7. Negativni sadržaji i zaštita podataka na internetu	16

1. Metodološke napomene i opis uzorka

1.1. Metodološke napomene

Istraživanje realizovali	CeSID i <i>Propulsion</i> uz podršku USAID Srbija
Terenski rad	U periodu od 02.02. do 10.02.2023.
Tip i veličina uzorka	308 građana/mladih starosti između 15 i 24 godine
Istraživačka tehnika	CAWI (<i>Computer Assisted Web Interview</i>)
Istraživački instrument	Upitnik od 30 pitanja

Istraživanje javnog mnjenja, koje su realizovali **CeSID i Propulsion uz podršku USAID Srbija**, sprovedeno je **u periodu od 02. do 10. februara 2023. godine** na teritoriji Republike Srbije bez Kosova i Metohije. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 308 mladih u starosnoj dobi između 15 i 24 godine. Kao istraživački instrument je korišćen upitnik od 26 pitanja uz dodatna četiri sociodemografska. Istraživanje je sprovedeno tehnikom CAWI (*Computer Assisted Web Interview*).

1.2. Opis uzorka

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

Polna struktura ispitanika: 41% muškaraca i 59% žena

Starost ispitanika: od 13 do 18 godina (59%), od 19 do 25 godina (41%)

* Starosne kvote su određene na osnovu ranije sprovedenog istraživanja putem koga smo imali uvid u profile korisnika ove mreže

Prosečna starost ispitanika: 19 godina

Obrazovna struktura ispitanika: osnovna škola – 19% ispitanika, srednja škola – 63% ispitanika, viša škola/fakultet – 18% ispitanika

Mesto stanovanja: grad (81%), selo (8%), prigradsko naselje (11%)

2. Sažetak

Više od tri četvrtine mladih od 25 godina navodi da društvenoj mreži TikTok pristupa bar jednom dnevno - 77% (55% kaže da to čini više puta dnevno, a 22% bar jednom dnevno). Redovni korisnici TikTok-a iznad proseka su mladi od 13 do 18 godina. Mladi dnevno uz TikTok prosečno provedu 93,01 minuta, što je u odnosu na 2022. godinu više za 10 minuta, dok je u odnosu na 2021. godinu više za 14 minuta.

Mlade kod mreže TikTok najviše privlače zanimljivi i smešni video sadržaji (59%), sadržaji koji nisu glamurozni, već jednostavni i prave se u svakodnevnoj okolini (28%), ali i izbor pesama za video (28%). Najveći procenat mladih ne objavljuje svoj sadržaj, već samo prati dešavanja na TikTok-u, odnosno ono šta drugi ljudi objavljuju (69%). S druge strane, **31% mladih objavljuje svoj sadržaj na mreži TikTok.**

Mladi na TikTok-u u najvećoj meri prate anonimne i duhovite ljude (37%). Na drugom mestu su popularni influencersi, koje navodi 23% mladih. **Tri glavna razloga zbog kojih mladi prate neke od influencersa na TikTok-u jesu zabavni sadržaji (38%), zanimljivosti (33%) i humoristički sadržaji (28%).**

Ispitanici koji su učestvovali u istraživanju odgovarali su na pitanje da li, i ako da, koliko često koriste mreže kao što su *Snapchat*, *BeReal*, *Discord* i *Twitch*. Kada se radi o mreži ***Snapchat***, čak **48% mladih pristupa bar jednom dnevno** aplikaciji, **par puta nedeljno njih 17%, dok je 8% ispitanika reklo da ovu mrežu koristi jednom nedeljno.** Da koristi mrežu ***BeReal*** navodi 23% ispitanika. Nešto više od trećine mladih navelo je da koristi ***Discord*** (34%). ***Twitch*** koristi 22% ispitanika, a među mladima koji su naveli da koriste ovu mrežu procentualno ima najviše onih koji su rekli da ga koriste par puta nedeljno (8%).

Mreža na kojoj se vremenski najduže zadrže u toku dana je *Discord* - 72 minuta. Nakon nje, na mreži ***Twitch*** ispitanici dnevno provedu **55 minuta**, a na mreži ***Snapchat*** **43 minuta.** Najmanje vremena mladi provode na relativno novijoj mreži ***BeReal*** - dnevno se na njoj zadrže **14 minuta.** Odgovarajući na pitanje šta ih najviše privlači kod društvene mreže *Snapchat*, četvrtina mladih (25%) odgovorila je da je činjenica da su im prijatelji najaktivniji na ovoj mreži ono što ih privlači. Drugi najčešće navođen razlog jesu razni filteri koji im stoje na raspolaganju (19% mladih dalo je ovaj odgovor). Odgovarajući na isto pitanje, ukupno **nešto više od trećine (34%) navelo je da koristi *BeReal*.** Među konkretnim razlozima zbog kojih koriste ovu mrežu ispitanici su istakli to što na ovoj mreži **ne moraju da provode mnogo vremena (8%), sadržaji su spontani i mogu da dele fotografije bez filtera sa svojim prijateljima (po 7%).**

Mladi koji koriste *Discord* navode da ih kod ove društvene mreže najviše privlači **mogućnost lakog kreiranja gejming zajednice (11%)**, dok svaki deseti ispitanik navodi da ga ka ovoj mreži privlači to što su im **prijatelji najaktivniji baš na njoj**. Mladi najviše koriste mrežu *Twitch* pošto na njoj **mogu da pratedruge kako igraju igrice (8%)**.

Mlade smo u ovom istraživanju pitali za njihovo interesovanje za podkaste, gde smo saznali da ih 44% sluša (i to najčešće jednom nedeljno). Mladi koji su na prethodno pitanje odgovorili da slušaju podkaste pitani su koje podkaste najčešće slušaju. Četvrtina (25%) je navela da ne zna/ne može da se seti koji je podkast u pitanju, dok se među konkretno navedenima po učestalosti navođenja izdvojio **Agelast (devet pominjanja), Muđa (tri pominjanja), Sister hood, Njuz net, Biznismen i Andrew Tate sa po dva pominjanja**.

Skoro svi mladi (zbirno 91%) koju su učestvovali u istraživanju navode da umeju da prepoznaju *cyberbullying*, odnosno zlostavljanje na društvenim mrežama, od čega **45% navodi da sigurno može da prepozna ovaj vid nasilja, dok 46% navodi da misli da može da prepozna zlostavljanje**. S druge strane, svega 9% mladih navodi da ne zna da prepozna zlostavljanje na društvenim mrežama. **Kada se nađe u situaciji zlostavljanja na društvenim mrežama, najveći procenat mladih blokira zlostavljača (64%)**.

Sa tvrdnjom „Kada nešto obrišem na internetu, to je zauvek uklonjeno“ **ne slaže se više od polovine mladih (55%)**. **Nešto više od trećine mladih (37%) navodi da se slaže sa tvrdnjom „Mogu da kontrolišem kako se deli sadržaj koji pravim i objavljujem“**, dok se 22% mladih ne slaže sa ovom tvrdnjom. Sa tvrdnjama: „Svaki sadržaj u kojem se pojavim – slika ili video – trebalo bi da ima moje odobrenje pre onlajn objavljivanja“ i „Trebalo bi pojačati zaštitu objava sadržaja koji sadrže naše lične podatke (lice, video, izjave...)“ **slaže se 75%, odnosno 74% mladih**.

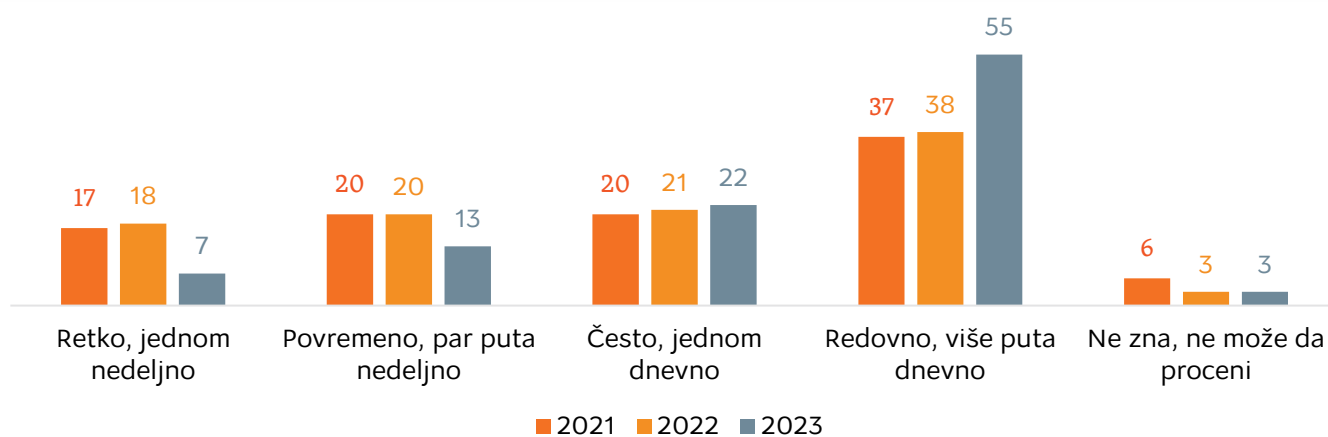
3. Konzumacija mreže TikTok

Prva oblast kojom započinjemo analizu jeste konzumacija mreže TikTok, odnosno koliko mladi često koriste ovu društvenu mrežu i koliko vremena u toku jednog dana provedu na njoj.

Kada je reč o tome koliko često mladi koriste TikTok, primećujemo da **više od polovine mladih (55%) navodi da ovu društvenu mrežu koristi redovno, odnosno više puta dnevno**. Poređenjem sa prethodna dva istraživačka ciklusa procenat mladih koji redovno koristi TikTok je znatno viši (2021. – 37%, 2022. – 38%), dok je procenat onih koji ovu društvenu mrežu koristi retko (jednom nedeljno) znatno manji (2021. – 17%, 2022. – 18%, 2023. – 7%). Često, jednom dnevno, ovu društvenu mrežu koristi 22% mladih, dok je povremeno (par puta nedeljno) koristi 13% mladih.

Prema navedenim podacima možemo da zaključimo da je u poslednjih godinu dana kod mladih TikTok znatno više zastupljen u konzumiranju društvenih mreža nego ranije. Mlađi ispitanici (13 do 18 godina) iznad proseka navode da TikTok koriste redovno, više puta dnevno.

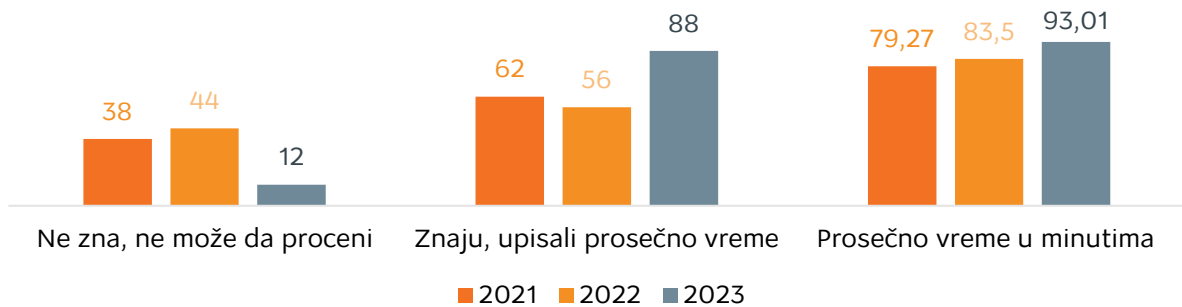
Grafikon 3.1. Koliko često koristiš TikTok? (uporedni prikaz sa 2021. i 2022. godinom, u %)



Velika većina mladih (88%) može da proceni koliko prosečno vremena provodi na mreži TikTok u toku jednog dana i to vreme iznosi 93,01 minuta dnevno. Poređenjem sa prethodna dva istraživačka ciklusa vreme koje mladi u toku jednog dana provedu na mreži TikTok je znatno poraslo, i **to za 10 minuta u odnosu na 2022. godinu, odnosno za 14 minuta u odnosu na 2021. godinu.**

Takođe primećujemo da je došlo do znatnog porasta broja mladih koji mogu da procene koliko prosečno vremena provode na ovoj društvenoj mreži.

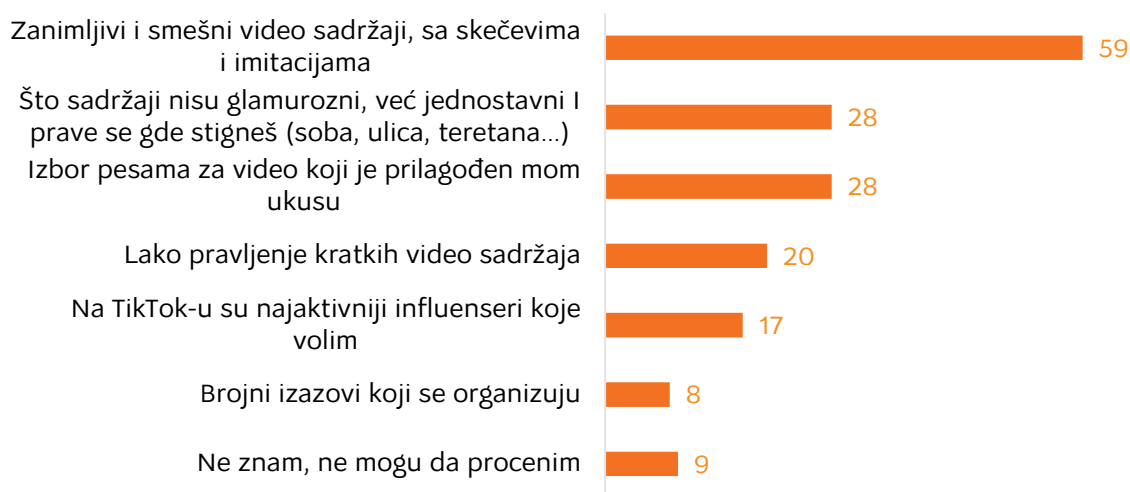
Grafikon 3.2. Prema Vašoj proceni koliko vremena u toku jednog dana provodite na TikTok-u? (uporedni prikaz sa 2021. i 2022. godinom, u minutima)



4. Šta mlade privlači na mreži TikTok?

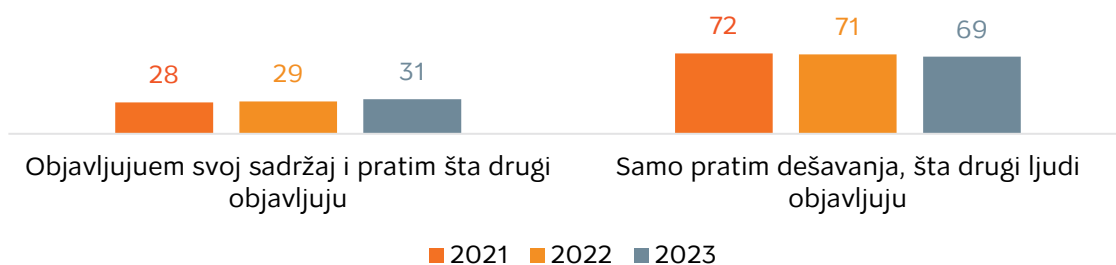
Kada je reč o tome šta mlade najviše privlači na mreži TikTok, primećujemo da su dominantno u pitanju zanimljivi i smešni video sadržaji sa skečevima i imitacijama (59%). Druga dva najčešće navođena razloga koja su privukla mlade su sadržaji koji nisu glamurozni, već jednostavni i prave se gde god (u sobi, na ulici, u teretani...), kao i izbor pesama za video sadržaje koji je prilagođen ukusu ispitanika (po 28%). Jednostavno pravljenje kratkih video sadržaja navodi petina mladih (20%), dok 17% mladih navodi da ih je privuklo to što su na mreži TikTok influenseri koje vole najaktivniji. Najmanji procenat mladih (8%) navodi da su ih privukli brojni izazovi koji se organizuju na ovoj društvenoj mreži.

Grafikon 4.1. Šta Vas je privuklo kod TikTok-a? (moguće više odgovora, u %)



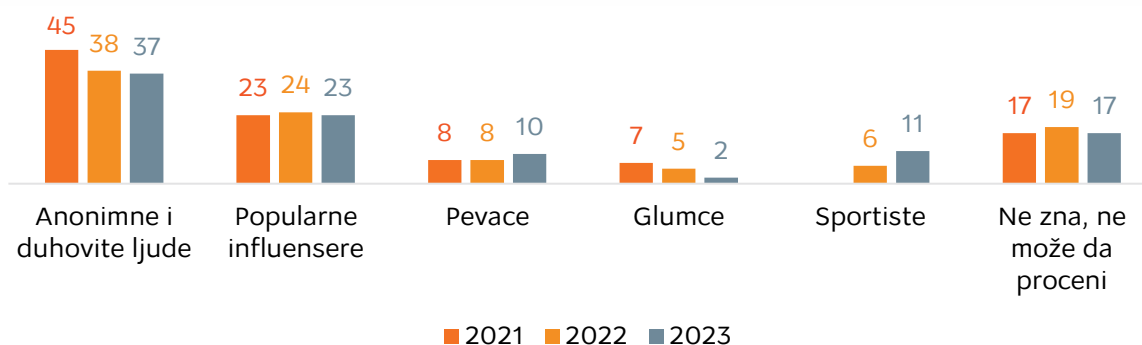
Trećina mladih (31%) navodi da objavljuje svoj sadržaj na mreži TikTok, dok ostalih 69% mladih kaže da samo prati dešavanja, odnosno ono šta drugi ljudi objavljuju. U poređenju sa prethodnim istraživačkim ciklusima nema velikih odstupanja u odgovorima.

Grafikon 4.2. Da li „kačite“ sadržaj na TikTok ili samo pratite dešavanja, šta drugi ljudi objavljuju? (uporedni prikaz sa 2021. i 2022. godinom, u %)



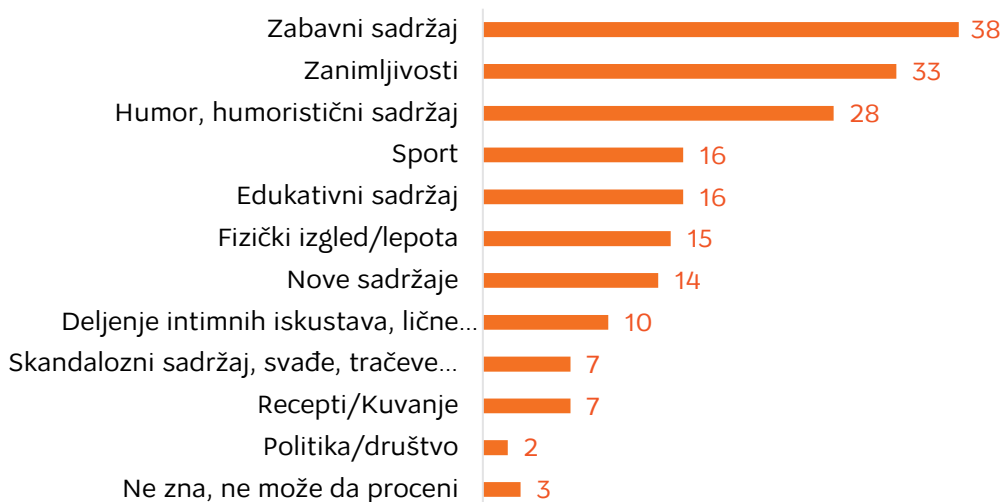
Mladi na TikTok-u u najvećoj meri prate anonimne i duhovite ljude (37%) – poređenjem sa istraživanjem sprovedenim 2021. godine procenat ovih ispitanika je opao za 8 procentnih poena. **Popularne influencersere na mreži TikTok najviše prati 23% mladih, dok svaki deveti navodi da su to sportisti.** Pevače navodi desetina mladih, dok je svega 2% mladih navelo glumce. Poređenjem sa prethodna dva istraživačka ciklusa primećujemo porast broja mladih koji prate sportiste, ali i pad broja mladih koji navode da na TikTok-u u najvećoj meri prate glumce.

Grafikon 4.3. Koga najviše pratite na TikTok-u? (uporedni prikaz sa 2021. i 2022. godinom, u %)



Tri glavna razloga zbog kojih mladi prate neke od influencersa na mreži TikTok („TikTokeri“) jesu zabavni sadržaji (38%), zanimljivosti (33%) i humoristički sadržaji (28%). Sport i edukativni sadržaj koji oni objavljuju prati po 16% mladih, dok fizički izgled/lepotu navodi 15% mladih. Nove sadržaje prati 14% mladih, dok svaki deseti navodi da voli deljenje intimnih iskustava i ličnih stavova. Po 7% mladih navodi da kod influencersa sa mreže TikTok prati skandalozne sadržaje (svađe, tračeve...) i recepte/kuvanje, dok svega 2% mladih navodi da voli teme o politici i društvu.

Grafikon 4.4. Šta volite kod TikTok-era koje pratite? (moguće više odgovora, u %)



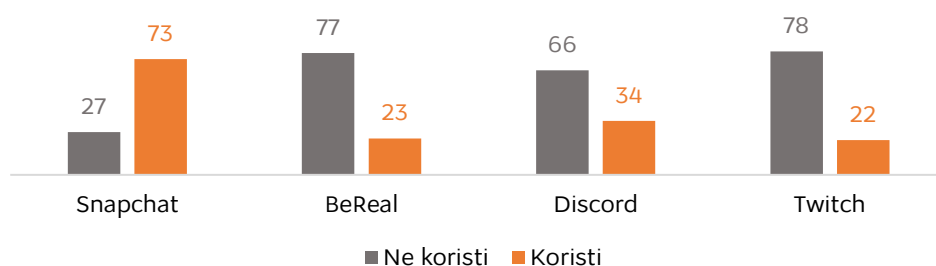
5. BeReal, Discord, Snapchat i Twitch

Uspon novih društvenih mreža i aplikacija za komunikaciju kao što su *BeReal*, *Discord*, *Snapchat*, *Twitch* privukao je novu mladu publiku.

Kada pogledamo odgovore ispitanika prema tome da li koriste ili ne navedene društvene mreže, može se videti da se **Snapchat izdvaja kao mreža koju najčešće koriste**, dok

mreže *BeReal* i *Twitch* imaju manji udeo korisnika. Trećina mladih navodi da koristi aplikaciju *Discord*.

Grafikon 5.1. Da li koristite/ne koristite sledeće društvene mreže? (u %)

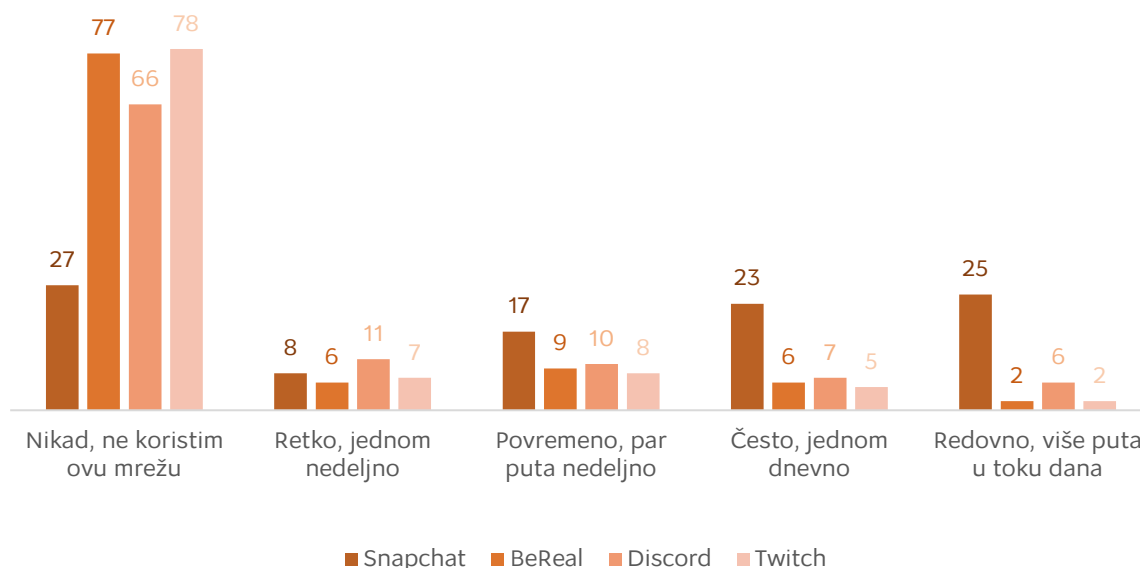


Upitali smo mlade da li, i ako da, koliko često koriste navedene društvene mreže. Kada je reč o društvenoj mreži ***Snapchat***, 27% ispitanika navodi da ne koristi ovu mrežu, dok je četvrtina ispitanih (25%) navela da je redovno koristi, više puta u toku dana. Da *Snapchat* koristi često jednom dnevno, navodi 23% mladih, povremeno, par puta nedeljno, 17% njih, dok je 8% ispitanika reklo da ovu mrežu koristi jednom nedeljno. Mladi sa visokim obrazovanjem iznad proseka navode da ne koriste ovu mrežu, dok su se nešto više od proseka srednjoškolci izdvojili kao oni koji su rekli da *Snapchat* koriste više puta u toku dana.

Čak 77% mladih reklo je da ne koristi mrežu ***BeReal***, a među onima koji su naveli da je koriste najviše je onih koji su rekli da je koriste povremeno, par puta nedeljno (9%). Kod onih koji su rekli da *BeReal* koriste više puta u toku dana, nešto više od proseka izdvojile su se žene.

Dve trećine mladih (66%) navelo je da ne koristi ***Discord***. Svaki deveti ispitanik ovu mrežu koristi retko, a svaki deseti (10%) par puta u toku nedelje. Da ovu mrežu koristi jednom dnevno reklo je 7% ispitanika, a više puta u toku dana 6% njih. ***Twitch*** ne koristi 78% ispitanika, dok među onima koji su naveli da ga koriste procentualno ima najviše onih koji su rekli da ga koriste par puta nedeljno. *Twitch* kao gejmerska mreža najviše interesuje muške ispitanike, te upravo oni iznad proseka navode da koriste ovu mrežu od jednom nedeljno do više puta u toku dana.

Grafikon 5.2. Da li, i ako da koliko često, koristite sledeće društvene mreže? (u %)



Mlade koji su učestvovali u istraživanju upitali smo koliko vremena dnevno provedu na spomenutim društvenim mrežama. **Mreža na kojoj se vremenski najduže zadrže u toku dana je Discord - 72 minuta.** Nakon nje, na mreži **Twitch** ispitanici dnevno provedu 55 minuta, a na mreži **Snapchat** 43 minuta. **Najmanje vremena mladi provode na relativno novijoj mreži BeReal, na kojoj se dnevno zadrže 14 minuta.** Budući da i sama mreža funkcioniše tako što ograničava vremenski interval zadržavanja korisnika, ovaj podatak nije iznenađujući. Na isti način, prema samim uslugama koje društvena mreža pruža, možemo i objasniti podatak da se ispitanici najduže zadrže na mrežama kao što su *Discord* i *Twitch*, popularnim među gejmerskom zajednicom.

Odgovarajući na pitanje **šta ih najviše privlači kod društvene mreže Snapchat, četvrtina mladih (25%) odgovorila je da je činjenica da su im prijatelji najaktivniji na ovoj mreži ono što ih privlači.** Drugi najčešće navođen razlog jesu **razni filteri** koji im stoje na raspolaganju (19% ispitanika). Isti procenat ispitanika rekao je i da ne koristi *Snapchat*. Takođe, 12% ispitanika privlači to što sadržaj nestane pošto ga vide oni sa kojima je podeljen .

Grafikon 5.3. Šta te je privuklo kod Snapchat-a? (dva odgovora, u %)



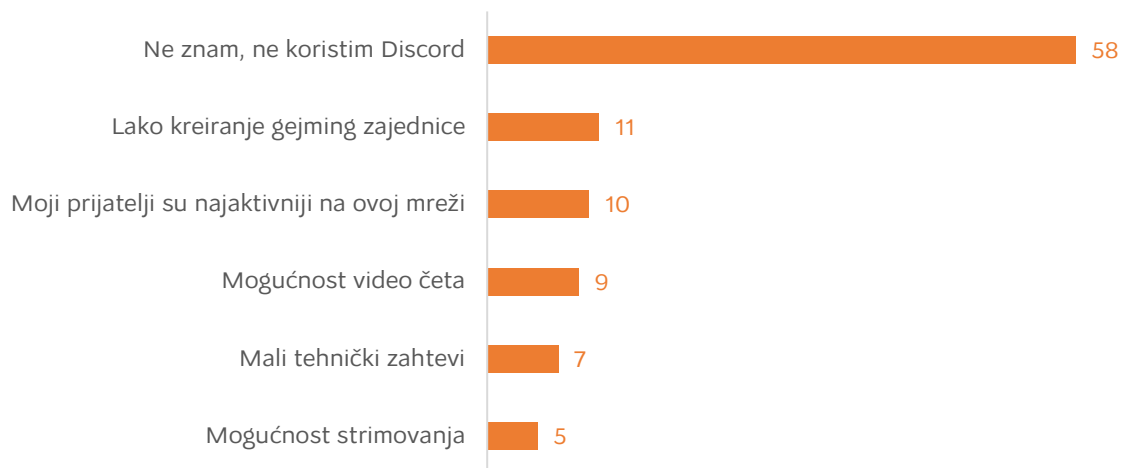
Dve trećine mladih (66%) navelo je da ne koristi BeReal. Ispitanici koji koriste ovu mrežu su među konkretnim razlozima zbog kojih je koriste istakli to što na ovoj mreži **ne moraju da provode mnogo vremena (8%)**, što su **sadržaji spontani**, kao i što **mogu da dele fotografije bez filtera sa svojim prijateljima (po 7%)**.

Grafikon 5.4. Šta te je privuklo kod BeReal-a? (dva odgovora, u %)



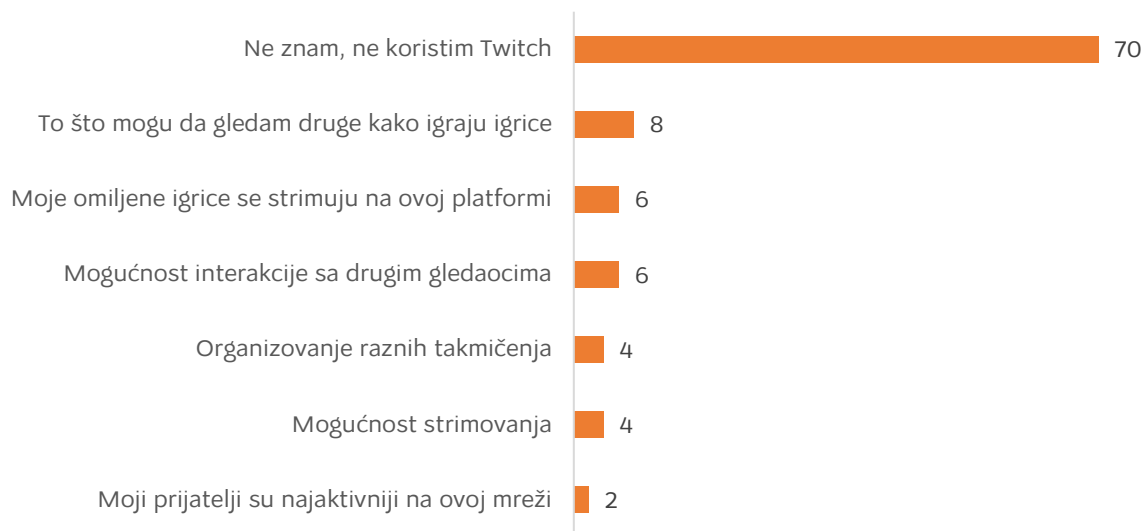
Da ne koristi Discord navelo je 58% ispitanika. Mlade koji koriste ovu društvenu mrežu najviše privlači **mogućnost lakog kreiranja gejming zajednice (11%)**, dok svaki deseti ispitanik navodi da ih ka ovoj mreži privlači to što su im **prijatelji najaktivniji na njoj**. Nešto manji procenat naveo je da je opcija video četa ono što im se naročito dopada (9%).

Grafikon 5.5. Šta te je privuklo kod Discord-a? (dva odgovora, u %)



Da ne koristi Twitch navelo je 70% mladih. One koji koriste ovu mrežu najviše privlači to što mogu da gledaju druge kako igraju igrice (8%), kao i što im se omiljene igrice strimuju na ovoj platformi i što mogu da ostvaruju interakciju sa drugim gledaocima (po 6%). Po 4% ispitanika navelo je da ih kod mreže Twitch najviše privlači organizovanje raznih takmičenja, kao i mogućnost strimovanja na ovoj mreži.

Grafikon 5.6. Šta te je privuklo kod Twitch-a? (dva odgovora, u %)



6. Mladi i podcasti

Podcasti postaju sve popularniji kako među starijom, tako i među mlađom publikom. Mlade koji su učestvovali u ovom istraživanju upitali smo da li i, ako da, koliko često slušaju podcaste. Uz to, odgovorili su i na pitanje koji su to najčešći podcasti koje vole da slušaju.

Više od polovine ispitanika (56%) navelo je da nikada ne sluša podcaste. Da ih sluša retko, **jednom nedeljno, navodi nešto više od petine (22%), dok 13% podcaste sluša par puta nedeljno.** Jednom dnevno podcaste sluša 6% mladih, dok 3% ispitanika navodi da to čini više puta u toku dana. Među onima koji su naveli da slušaju podcaste od par puta nedeljno do više puta u toku dana iznad proseka su se istakli ispitanici koji imaju visoko obrazovanje.

Grafikon 6.1. Da li slušate podcaste? (u %)



Mlade koji su na prethodno pitanje odgovorili da slušaju podcaste (*retko, povremeno, često ili redovno*), **njih ukupno 44%** pitano je koje podcaste najčešće slušaju. Četvrtina (25%) je navela da ne zna/ne može da se seti koji je podcast u pitanju, dok se **među konkretno navedenima po učestalosti navođenja izdvojio Agelast (devet pominjanja), Muđa (tri pominjanja), Sister hood, Njuz net, Biznismen i Andrew Tate (po dva pominjanja).** U tabeli ispod nalaze se svi navođeni podcasti, kao i oni sa po jednim navođenjem. U kategoriju „razno“ svrstani su odgovori ispitanika kao što su *razno* ili unosi poput *sportski podcasti, podcasti o kulturi* i sl. (16 pominjanja).

Tabela 6.1. Koje podcaste najčešće slušate?

Podkast	(broj pominjanja)
Agelast	9
Muđa	3
Sister hood	2
Njuz net	2
Biznismen	2

<i>Andrew Tate</i>	2
<i>Inkubator</i>	1
<i>The Magnus Archives</i>	1
<i>MMA Institut</i>	1
<i>Lepa svaki dan</i>	1
<i>Tampon zona</i>	1
<i>Stuberi</i>	1
<i>PowerfulJRE</i>	1
<i>Jao Mile</i>	1
<i>Bad friends</i>	1
<i>Books of knjige</i>	1
<i>Marko Vuletić</i>	1
<i>Ubod kulture</i>	1
<i>Momster</i>	1
<i>Anything goes with Emma Chamberlain</i>	1
<i>Crime weekly</i>	1
<i>Realna priča</i>	1
<i>True crime</i>	1
<i>Was that TMI</i>	1
<i>Joe Rogan</i>	1
<i>Nije šala</i>	1
<i>Fantasy masteri</i>	1
<i>Kritika Rol</i>	1
<i>Azimut</i>	1
<i>Aiesec</i>	1
<i>Razno</i>	16

7. Negativni sadržaji i zaštita podataka na internetu

Koliko mladi znaju o zlostavljanju na društvenim mrežama, o zaštiti od zlostavljanja i zaštiti podataka na internetu je tema koja je obrađena u posljednjem poglavlju ovog izveštaja.

Kada je reč o tome da li mladi umeju da prepoznaju *cyberbullying*, odnosno zlostavljanje na društvenim mrežama, primećujemo da **svoga 9% mladih navodi da ne zna da prepozna zlostavljanje na društvenim mrežama**. S druge strane, čak 91% mladih

navodi da ume da prepozna zlostavljanje na društvenim mrežama, od čega **45% navodi da sigurno može da prepozna ovaj vid nasilja, dok 46% misli da može da prepozna zlostavljanje.**

Grafikon 7.1. Da li umete da prepoznate „cyberbullying“, odnosno zlostavljanje na društvenim mrežama? (u %)



Kada se nađe u situaciji zlostavljanja na društvenim mrežama, najveći procenat mladih blokira zlostavljača (64%). U slučaju zlostavljanja na društvenim mrežama 15% mladih obrati se administratoru mreže, dok se 7% mladih u ovakvom slučaju odjavi sa mreže. Da se upušta u raspravu sa zlostavljačem navodi 5% mladih, dok 3% navodi da pokušava da zlostavljaču uzvratim istom merom. **Da ne zna kako da se zaštiti u slučaju zlostavljanja na mrežama navodi svega 6% mladih.** Žene su te koje iznad proseka navode da u slučaju zlostavljanja blokiraju zlostavljača.

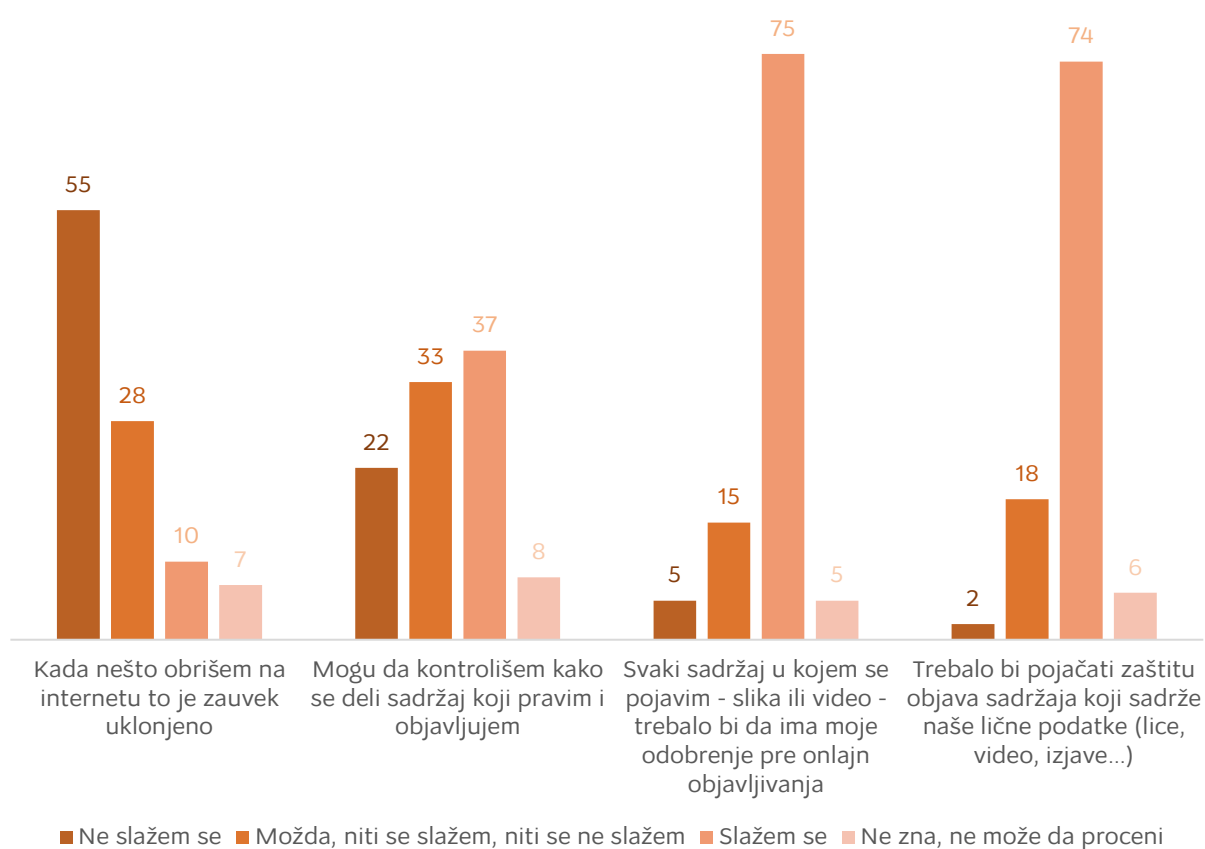
Grafikon 7.2. Da li znaš kako da se zaštitiš u slučaju zlostavljanja na društvenim mrežama? (u %)



Mlade smo zamolili da nam kažu da li se slažu ili ne sa ponuđenim tvrdnjama. **Sa tvrdnjom „Kada nešto obrišem na internetu, to je zauvek uklonjeno“ ne slaže se više od polovine mladih (55%),** dok se desetina mladih slaže sa ovom tvrdnjom. **Nešto više od trećine mladih (37%) navodi da se slaže sa tvrdnjom „Mogu da kontrolišem kako se deli sadržaj koji pravim i objavljujem“.** S druge strane, trećina mladih se niti slaže, niti ne slaže sa tvrdnjom da može da kontroliše kako se deli sadržaj koji prave i

objavljaju, dok se 22% mladih ne slaže sa ovom tvrdnjom. **Dosta veliki procenat mladih navodi da se slaže sa sledeće dve tvrdnje: „Svaki sadržaj u kojem se pojavim - slika ili video - trebalo bi da ima moje odobrenje pre onlajn objavljivanja“ (75%) i „Trebalo bi pojačati zaštitu objava sadržaja koji sadrže naše lične podatke (lice, video, izjave...)“ (74%).**

Grafikon 7.3. U kojoj meri se slažete sa sledećim tvrdnjama? (u %)





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



propulsion



CeSID

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