

Inicijativa za novu digitalnu i medijsku pismenost
– Izveštaj istraživanja javnog mnjenja

Studenti i nastavnici

visokoškolskih ustanova

I ciklus

Inicijativa za novu digitalnu i medijsku pismenost
– Izveštaj istraživanja javnog mnjenja

Studenti i nastavnici visokoškolskih ustanova

I ciklus



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.

Sadržaj

1. Metodološke napomene i opis uzorka	3
2. Sažetak	4
3. Percepcija studenata o opštoj medijskoj slici u Srbiji	6
4. Medijska i digitalna pismenost na fakultetima u očima studenata.....	9
5. Percepcija nastavnika na visokoškolskim ustanovama o medijskoj i digitalnoj pismenosti	16
6. Percepcija nastavnika na visokoškolskim ustanovama o medijskoj i digitalnoj pismenosti	18

1. Metodološke napomene i opis uzorka

Istraživanje realizovali	Centar za slobodne izbore i demokratiju i Propulsion
Terenski rad	U periodu između 10. i 28. novembra 2019. godine
Tip i veličina uzorka	Studenti: prigodan uzorak od 52 studenta sa pet fakulteta Nastavnici visokoškolskih ustanova: 10 odabranih nastavnika visokoškolskih ustanova koji imaju višegodišnje iskustvo u oblasti medijske i digitalne pismenosti
Istraživačka tehnika	Studenti: Licem u lice (<i>face to face, F2F</i>) Nastavnici visokoškolskih ustanova: Online upitnik
Istraživački instrument	Upitnik od 103 pitanja

Istraživanje javnog mnjenja, koje su realizovali Centar za slobodne izbore i demokratiju i Propulsion, sprovedeno je u periodu između 10. i 28. novembra 2019. godine.

Istraživanje je sprovedeno na prigodnom uzorku od 52 studenta/studentkinje starosti od 19 do 28 godina, sa narednih visokoškolskih ustanova: Fakultet političkih nauka, Filozofski fakultet, Filološki fakultet, Fakultet organizacionih nauka i Fakultet za medije i komunikaciju. Ispitanici pohađaju različite stepene studija od osnovnih studija, preko master studija, pa sve do doktoranata. Prosečna starost ispitanih studenata/studentkinja iznosi 23 godine. Što se tiče nastavnika visokoškolskih ustanova, odabrano je 10 profesora koji u oblasti medijske i digitalne pismenosti imaju višegodišnje iskustvo i/ili su nastavnici na predmetima koji na njihovim visokoškolskim ustanovama pokrivaju ovu oblast.

Kao istraživački instrument je korišćen upitnik formiran u saradnji sa klijentom, koji se sastojao od 17 pitanja, kako za studente, tako i za nastavnike visokoškolskih ustanova.

Intervjuisanje studenata je sprovedeno tehnikom „licem u lice“, direktnim kontaktom sa ispitanikom. Izabrani profesori su istraživački instrument upitnik dobili putem elektronske pošte (na linku) i isti su online popunili.

2. Sažetak

Većina studenata za sebe kaže da **želi da se informiše sve dok to ne ometa njihove svakodnevne obaveze**. Upitani da **ocene sopstvene kapacitete za orijentaciju u medijskom okruženju, razumevanju medijskih sadržaja i generalno kritičko mišljenje u vezi sa medijskim sadržajem ispitanici uglavnom daju pozitivnu ocenu**. Njih 34 je imalo ovakav odgovor što je više od polovine ispitanih. Očekivano, ukupno više od četiri petine studenata je kao medij koji najviše koriste za potrebe informisanja izdvojilo **online medije i društvene mreže** (zbirno online portali, Instagram, Facebook, Twitter i Youtube, ukupno 42 studenta). Na prvom mestu se nalaze online portali koje je istaklo nešto više od polovine ispitanika, njih 27. **Cenzura i politički pritisci, kao i veze medija sa politikom** su po studentima najveći problemi u medijskom sektoru Srbije.

Većina studenata kaže da je **donekle upoznata sa pojmovima medijske i digitalne pismenosti, ali ne u potpunosti**. Ovakav odgovor smo dobili od **28 ispitanika**. Nešto manje ispitanika je reklo da je u potpunosti upoznato sa ovim pojmovima (23 ispitanika). Studenti, uglavnom, tumače pojmove medijske i digitalne pismenosti kao **razumevanje medijskog sadržaja (u smislu pronalaženja i upotrebe) ili kao kritičko posmatranje medijskog sadržaja**. Studenti, uglavnom, **nisu upoznati sa programima koji se bave medijskom i digitalnom pismenošću**, a koji možda postoje na njihovom fakultetu. Ukupno je 31 student dao ovakav odgovor.

Činjenica da na fakultetima **nema dovoljno saradnje sa medijima i IT sektorom** koji mogu da prenesu znanje i iskustvo, kao i da **ne postoje praktični delovi nastave, vežbe ili radionice** su najveće zamerke koje studenti imaju na programe koji se na njihovim fakultetima bave medijskom ili digitalnom pismenošću (po 12 odgovora). Stav studenata je da ono što se trenutno uči na fakultetima, a tiče se medijske i digitalne pismenosti **nije dovoljno, te da je potrebno dopuniti trenutne programe** (ovakav odgovor je dao 31 student). **Društvene mreže** su prepoznate kao najbolji način za podizanje svesti među studentima o važnosti medijske i digitalne pismenosti.

Skoro dve trećine ispitanika, ili 33 studenta je reklo da su praktične veštine ono što je najpotrebnije studentima u svetlu medijske i digitalne pismenosti. Sa ovim stavom slažu se i profesori. Stav profesora je da **nema kritičkog preispitivanja sadržaja koji se emituje, kao i da postoji odsustvo edukacije mladih ljudi u ovoj oblasti**. Pet od deset nastavnika visokoškolskih ustanova je reklo da na njihovoj

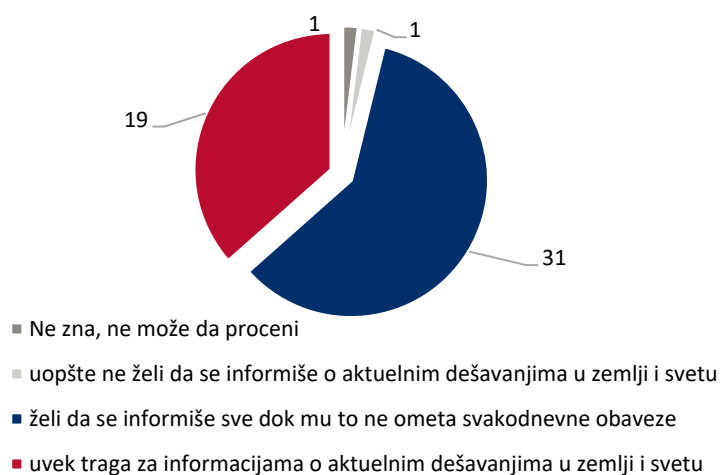
ustanovi **nema predmeta koji se bavi medijskom i digitalnom pismenošću**, dok su samo dva rekla da je predmetima koji postoje ovo primarna oblast.

Prosečna ocena koju nastavnici daju za medijsku i digitalnu pismenost studenata koji dolaze na fakultete na kojima su zaposleni **je 2,9**. Za razliku od studenata koji većinom ističu važnost društvenih mreža u promovisanju medijske i digitalne pismenosti, **profesori najčešće smatraju da je potrebno osnažiti obrazovne programe iz ove oblasti** (6 odgovora). Važnost direktnog kontakta i društvene mreže su istakla po dva profesora.

3. Percepcija studenata o opštoj medijskoj slici u Srbiji

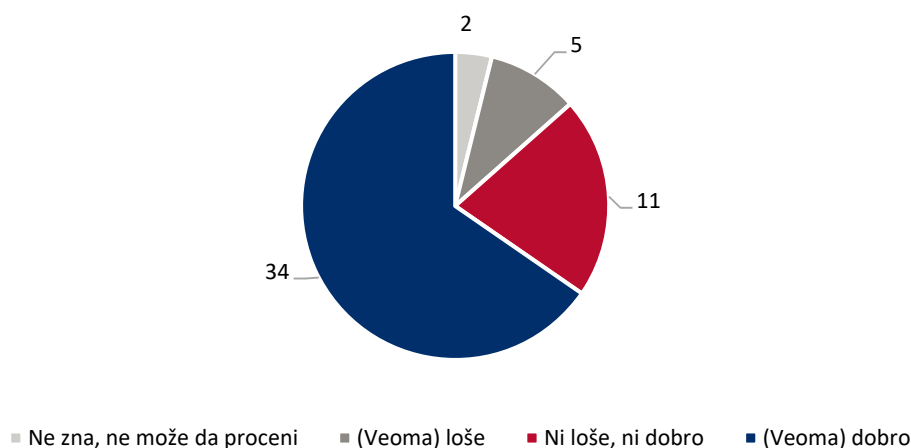
Prvo pitanje odnosilo se na stavove studenata o sopstvenoj informisanosti, gde je više od polovine ispitanih studenata/studentkinja reklo za sebe **da žele da se informišu sve dok im to ne ometa svakodnevne obaveze** (31), dok 19 studenata uvek traga za informacijama o aktuelnim dešavanjima u zemlji i svetu. Svega jedan ispitanik je rekao da ne želi da se informiše o aktuelnim dešavanjima-grafikon 3.1.

Grafikon 3.1 - Da li biste za sebe rekli da ste neko ko, u apsolutnim brojevima



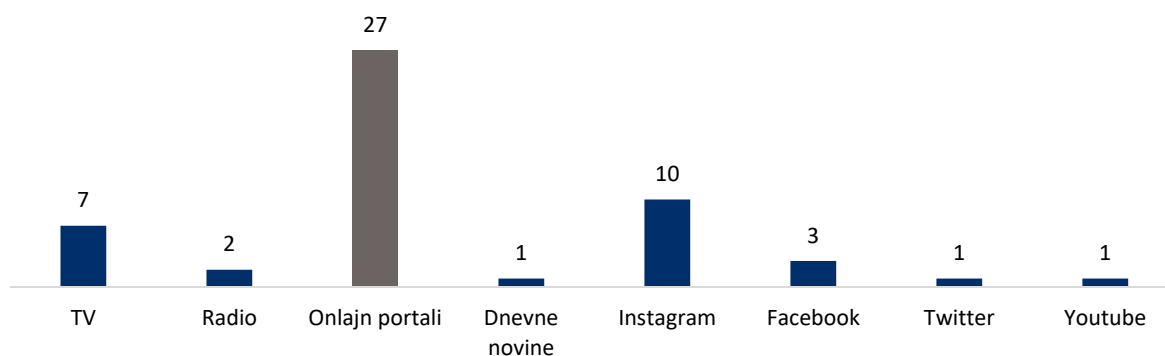
Naredno pitanje odnosilo se na **ocenu sopstvenih kapaciteta za orijentaciju u medijskom okruženju, razumevanju medijskih sadržaja i generalno kritičkog mišljenja u vezi sa medijskim sadržajem** -grafikon 3.2, gde imamo sledeću situaciju. Većina studenata, njih **34 je dalo pozitivnu ocenu** na ovo pitanje (zbir odgovora dobro i veoma dobro). Zatim, imamo 11 onih koji nisu svoje kapacitete mogli da ocene ni pozitivno ni negativno, dok je svega desetina studenata (5) sklonija kritici te su rekli da su njihovi kapaciteti za orijentaciju u medijskom okruženju i razumevanju medijskih sadržaja loši.

Grafikon 3.2 - Kako ocenjujete sopstvene kapacitete za orijentaciju u medijskom okruženju, razumevanju medijskih sadržaja i generalno kritičkog mišljenja u vezi sa medijskim sadržajem, u apsolutnim brojevima



Očekivano (uzevši u obzir da su ispitanici pripadnici ili generacije Z ili Milenijalci), ukupno više od četiri petine studenata je kao medij koji najviše koriste za potrebe informisanja izdvojilo **online medije i društvene mreže** (zbirno online portali, Instagram, Facebook, Twitter i Youtube, ukupno 42 studenata). Na prvom mestu se nalaze online portali koje je istaklo nešto više od polovine ispitanika, njih 27 (videti grafikon 3.3). Zatim sledi Instagram, koji kao osnovno sredstvo informisanja koristi nešto manje od petine ispitanih studenata (10). Facebook je izdvojilo troje, a Twitter i Youtube po jedan student. **Tradicionalne medije** (televizija, radio i dnevna štampa) **za potrebe informisanja koristi ukupno 8 ispitanih studenata** (televizija 7, radio 2 i dnevne novine 1%)

Grafikon 3.3 - Koji od dole navedenih medija najviše koristite za potrebe informisanja, u apsolutnim brojevima



Upitani da izdvoje najveći problem u medijskom sektoru u Srbiji, ispitanici su davali **različite odgovore**. **Cenzuru** je izdvojilo 12 studenata, dok njih 10 smatra da su najveći medijski problem u našoj zemlji **politički pritisci i veze medija sa politikom**.

Više od desetine ispitanika pomenulo je i manipulaciju, propagandu i dezinformacije, neprofesionalizam, nestručnost i neetičnost novinara i pristrasnost i neobjektivnost medija - po šest ispitanika je dalo neki od navedenih odgovora. Nedostatak slobode medija je izdvojilo četvero ispitanika, dok tri kaže da su to tabloidizacija i sadržaji lošeg kvaliteta. Lošu finansijsku situaciju izdvaja samo dvoje studenata, kao i obilje irelevantnih informacija koje se mogu naći u medijima (videti grafikon 3.4).

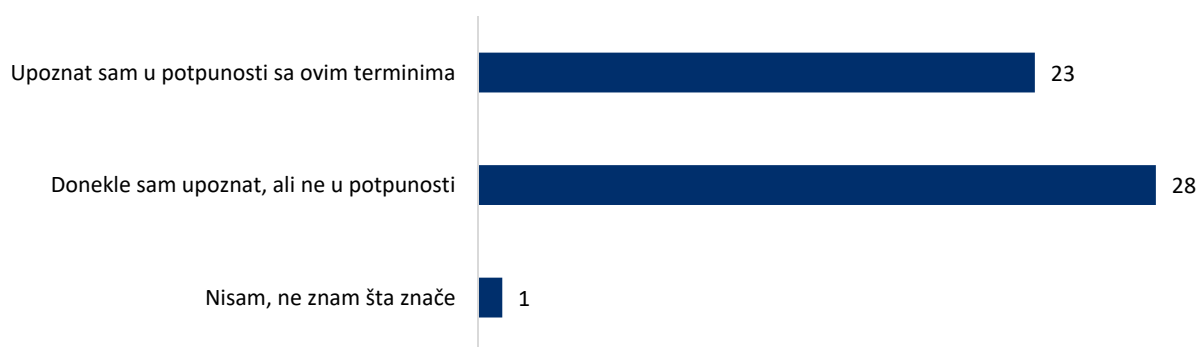
Grafikon 3.4 - Šta su, prema Vašem mišljenju, najveći problemi u medijskom sektoru u Srbiji, u apsolutnim brojevima



4. Medijska i digitalna pismenost na fakultetima u očima studenata

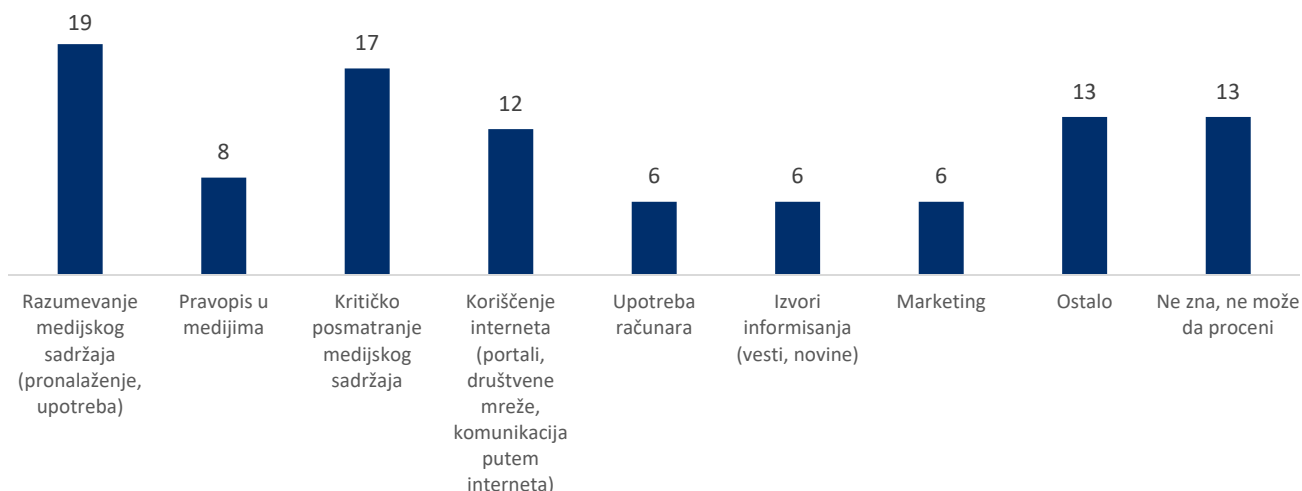
U narednom poglavlju bavićemo se temom medijske i digitalne pismenosti na fakultetima viđeno očima studenata. Za početak, pitali smo studente **da li su uopšte upoznati sa terminima medijske i digitalne pismenosti**. Većina studenata kaže da je **donekle upoznata sa pomenutim pojmovima, ali ne u potpunosti**. Ovakav odgovor smo dobili od **28 ispitanika**. Nešto manje ispitanika je reklo da je u potpunosti upoznato sa ovim pojmovima (23 ispitanika). Na kraju, imamo **svoga jednog studenta koji je rekao da ne zna šta znači medijska ili digitalna pismenost (grafikon 4.1)**.

Grafikon 4.1 - Da li ste upoznati sa terminima medijska i digitalna pismenost, u apsolutnim brojevima



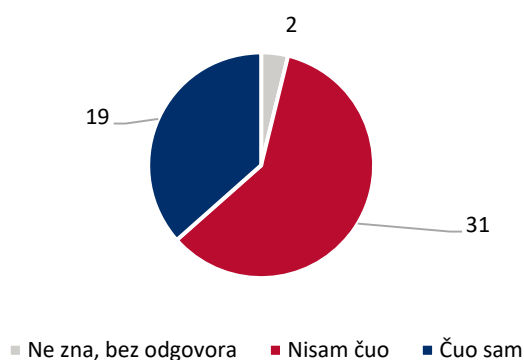
Studenti uglavnom tumače pojmove medijske i digitalne pismenosti kao **razumevanje medijskog sadržaja (u smislu pronalaženja i upotrebe) ili kao kritičko posmatranje medijskog sadržaja**. Značajan broj studenata, njih 12, je odgovorio da pojmove medijske i digitalne pismenosti vidi uglavnom kao sposobnost korišćenja interneta. Ostali odgovori koji se ističu su: pravopis u medijima, prosta upotreba računara, poznavanje izvora informisanja ili marketinga na internetu. Treba napomenuti da čak 13 studenata nije moglo da odgovori na šta ih asociraju pomenuti pojmovi (videti grafikon 4.2).

Grafikon 4.2 - Koja vam je prva asocijacija kada čujete medijska i digitalna pismenost, u apsolutnim brojevima



Studenti **uglavnom nisu upoznati sa programima koji se bave medijskom i digitalnom pismenošću**, a koji možda i postoje na njihovom fakultetu. Ukupno je 31 student dao ovakav odgovor. S druge strane, imamo i 19 studenata koji su čuli za postojanje ovakvih programa. Očekivano, najveći broj studenata koji je upoznat sa postojanjem programa koji se tiču medijske i digitalne pismenosti dolazi sa Fakulteta političkih nauka i Fakulteta za medije i komunikaciju (grafikon 4.3).

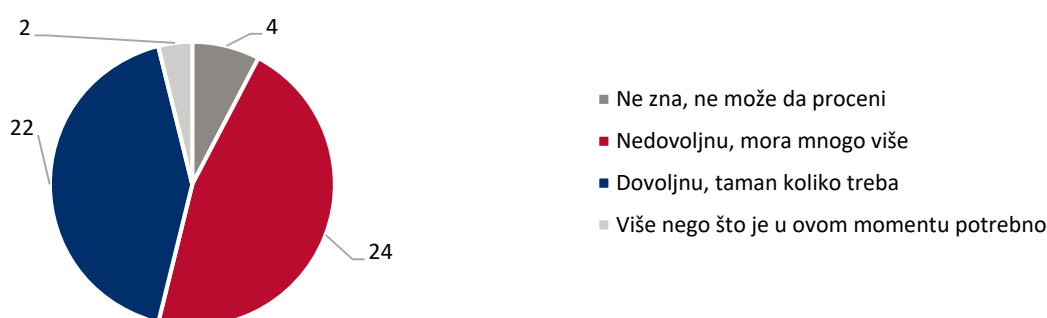
Grafikon 4.3 - Da li ste čuli za neki program koji se bavi medijskom i digitalnom pismenošću u okviru vašeg fakulteta, u apsolutnim brojevima



Zanimljivo je da skoro pa **podjednak broj studenata smatra da fakulteti pružaju nedovoljno pažnje medijskoj i digitalnoj pismenosti u svojim programima, kao i da se ovim temama mora posvetiti više pažnje (24 studenta je dalo ovakav odgovor), i da fakulteti pružaju dovoljno pažnje ovoj temi, taman koliko je to potrebno (ukupno 22 odgovora)**. Dva studenta su istakla da smatraju da se ovim

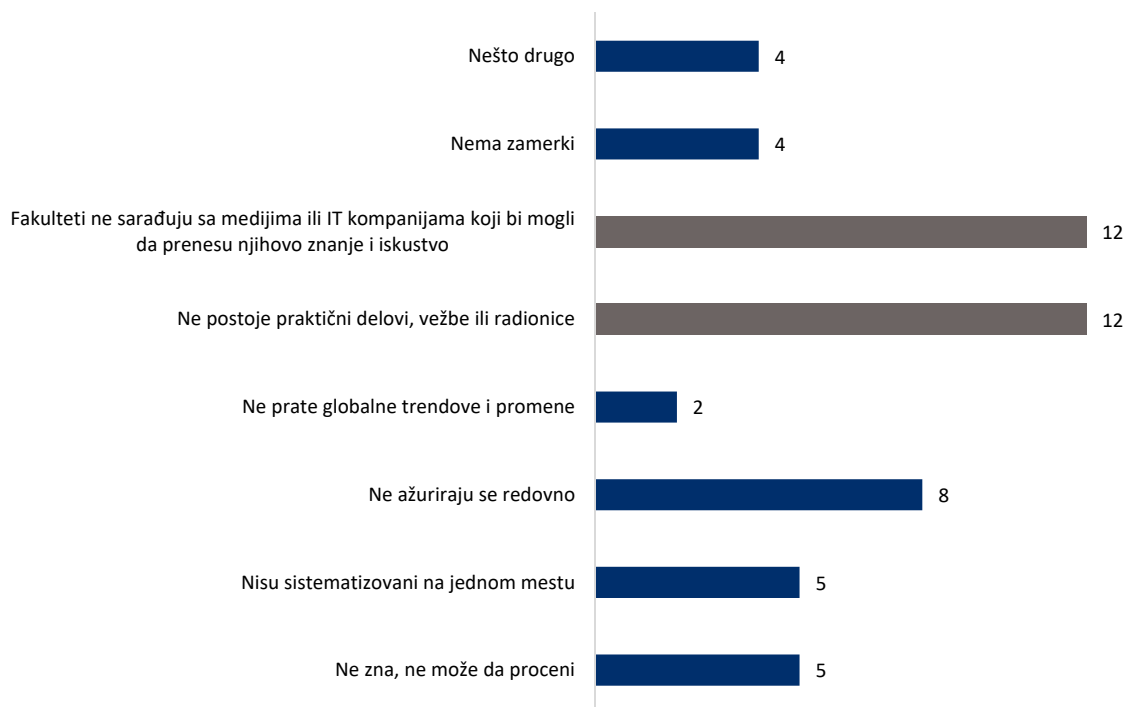
temama pruža previše pažnje (grafikon 4.4). Studenti Filološkog i Filozofskog fakulteta najčešće smatraju da na njihovim fakultetima teme medijske i digitalne pismenosti nisu dovoljno zastupljene.

Grafikon 4.4 - Generalno uzev, koliku pažnju vaš fakultet u svojim programima posvećuje medijskoj i digitalnoj pismenosti, u apsolutnim brojevima



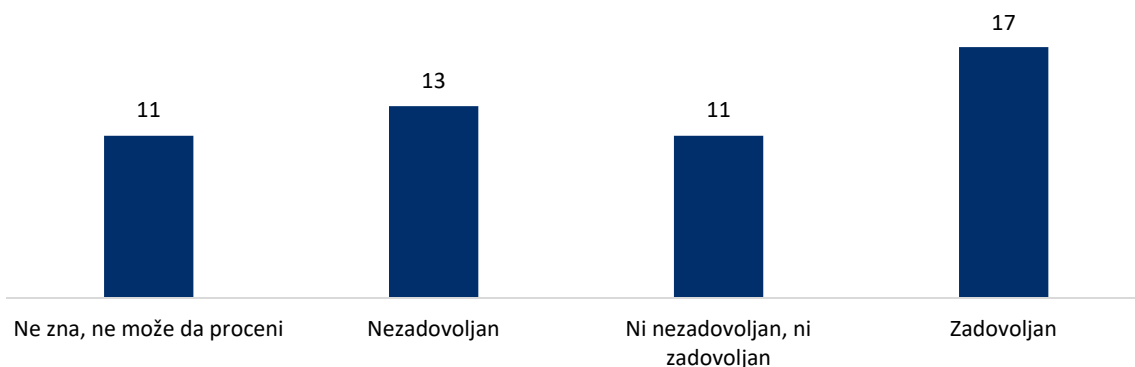
Činjenica da na fakultetima **nema dovoljno saradnje sa medijima i IT sektorom** koji mogu da prenesu znanje i iskustvo, kao i da **ne postoje praktični delovi nastave, vežbe ili radionice** su najveće zamerke koje studenti imaju na programe koji se na njihovim fakultetima bave medijskom ili digitalnom pismenošću (po 12 odgovora). Problem neredovnog ažuriranja programa je istaklo osam studenata, dok je njih **pet reklo da ove teme nisu sistematizovane i ne izučavaju se na jednom mestu (predmetu)**. Dva studenta su istakla da programi koji postoje ne prate globalne trendove u ovoj oblasti. Svega četiri studenta su istakla da nema zamerke na postojeće programe (grafikon 4.5). Problem neredovnog ažuriranja je najčešće pominjan na Fakultetu organizacionih nauka, dok oba studenta koja su rekla da nemaju zamerke dolaze sa Fakulteta za medije i komunikacije.

Grafikon 4.5 - Šta je vaša najveća zamerka programima na vašem fakultetu koji se odnose na medijsku i digitalnu pismenost, u apsolutnim brojevima



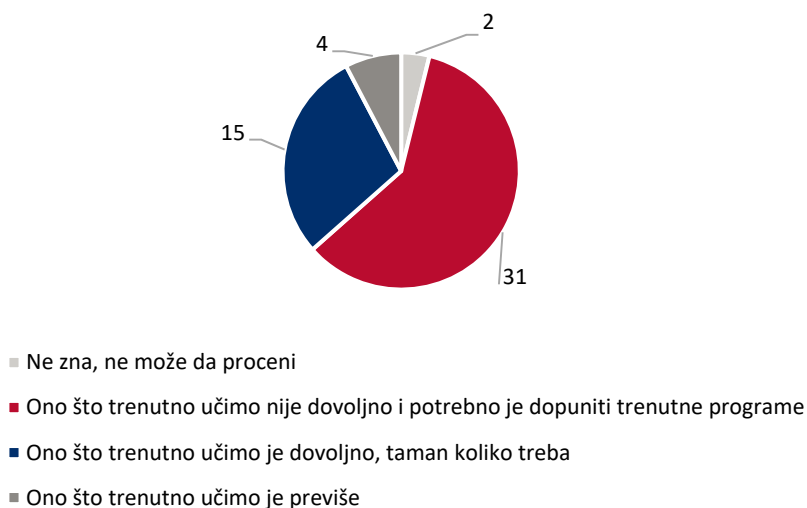
Najveći broj studenata je rekao da je **zadovoljan programima** koji postoje na njihovom fakultetu i bave se pitanjem medijske i digitalne pismenosti (17). Sa druge strane, 13 je reklo da je nezadovoljno, dok 11 kaže da nije ni zadovoljno ni nezadovoljno. Veliki broj ispitanika je rekao i da ne zna ili ne može da proceni (grafikon 4.6). **Studenti Filološkog fakulteta u najvećem broju kažu da su nezadovoljni programima, dok suprotno njima studenti Fakulteta za medije i komunikacije uglavnom kažu da su zadovoljni.**

Grafikon 4.6 - Generalno uzev, koliko ste zadovoljni programima na vašem fakultetu koji se bave medijskom i digitalnom pismenošću?, u apsolutnim brojevima



Stav studenata je da ono što se trenutno uči na fakultetima, a tiče se medijske i digitalne pismenosti **nije dovoljno, te da je potrebno dopuniti trenutne programe** (ovakav odgovor je dao 31 student). Petnaest studenata kaže da je ono što trenutno uče taman koliko treba, a četvero smatra da uče i previše (videti grafikon 4.7).

Grafikon 4.7 - Da li mislite da vaš fakultet treba da posveti veću pažnju programima medijske i digitalne pismenosti, u apsolutnim brojevima



Ipak, **upitani da kažu jednu stvar koja bi, prema njihovom mišljenju, mogla prioritetno da unapredi medijsku i digitalnu pismenost studenti u velikom broju slučajeva nisu mogli da daju odgovor**. Skoro polovina, njih 25, nije moglo da da odgovor na pitanje (videti grafikon 4.8). Među ostali odgovorima ističu se: **više prakse**

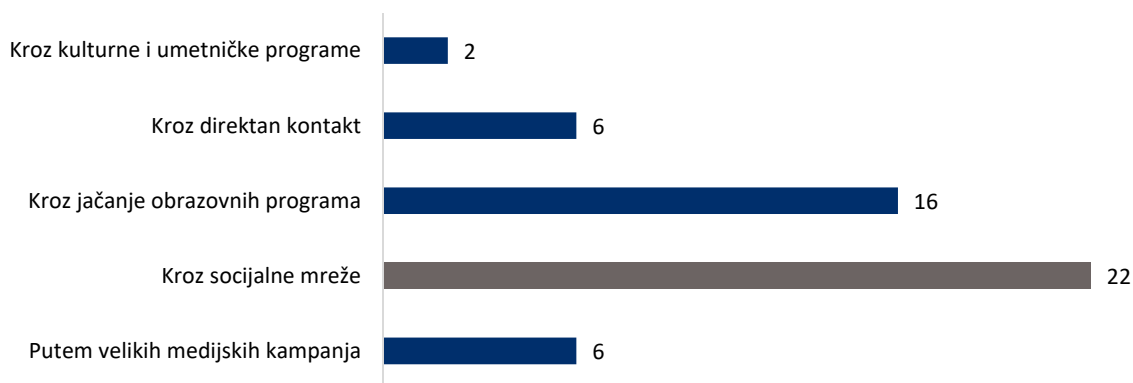
i obuka (11 odgovora, samo uvođenje nastave o ovim temama (6 odgovora) i više organizovanih kurseva , radionica i seminara (5 odgovora)).

Grafikon 4.8 - Da možete da birate samo jednu stvar koja bi prioritetno mogla da unapredi programe za medijsku i digitalnu pismenost, šta bi to bilo, u apsolutnim brojevima



Društvene mreže su prepoznate kao najbolji način za podizanje svesti među studentima o važnosti medijske i digitalne pismenosti. Jačanje obrazovnih programa na fakultetima kao vid promovisanja važnosti ovih tema istaklo je 16 studenata. Velike medijske kampanje i direktan kontakt kao najbolje načine vidi po šest studenata, a njih dvoje je reklo da su to umetnički programi (grafikon 4.9.).

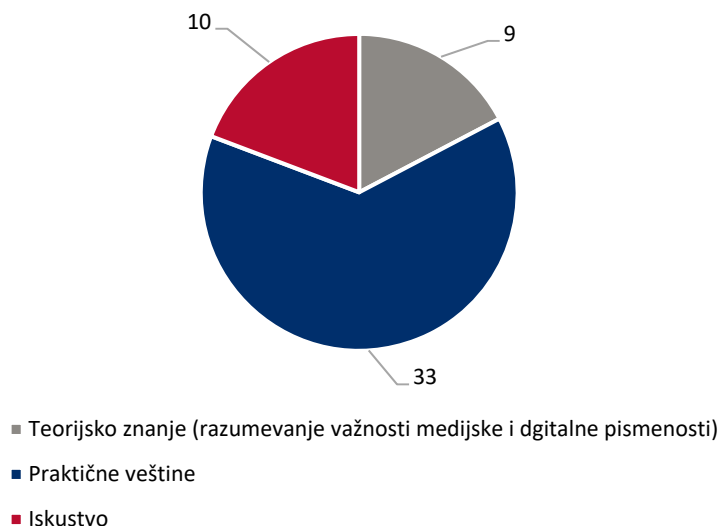
Grafikon 4.9 - Na koji način je najbolje među studentima promovisati važnost medijske i digitalne pismenosti, u apsolutnim brojevima



Na samom kraju, pitali smo studente šta je to što im najviše nedostaje iz ugla medijske i digitalne pismenosti (grafikon 4.10). **Skoro dve trećine ispitanika, ili 33 studenta je**

reklo da su to praktične veštine. Teorijsko znanje i iskustvo je izdvojio približno isti broj studenata (10 njih je reklo iskustvo, a devet teorijsko znanje).

Grafikon 4.10 - Generalno uzev, iz ugla medijske i digitalne pismenosti, ata je najviše potrebno studentima, u apsolutnim brojevima



Uporedimo li ovaj rezultat sa stavovima ispitanika iz biznisa videćemo veoma slične nalaze: **procena većine ispitanika iz biznisa je da su, iz perspektive medijske i digitalne pismenosti, praktične veštine najviše potrebne studentima - to smatra 65% njih.** Da je to iskustvo, rekao je svaki deseti ispitanik. Teorijski znanje kao prioritet za studente vidi 5% ispitanika. Pored toga, petina nije mogla da proceni.

Od 10 univerzitetskih profesora koji su dali svoje mišljenje o ovoj temi, njih 6 se složilo sa stavom da su praktične veštine najbitnije za studente, dok dva profesora pak tvrde da je to teorijsko znanje. Zanimljivo je da nijedan profesor nije izdvojio iskustvo kao ono što je najpotrebnije studentima.

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

Prvo pitanje koje smo postavili nastavnicima visokoškolskih ustanova se odnosilo na najveće probleme s medijskom i digitalnom pismenošću u Srbiji. Odgovori koje smo dobili su bili veoma raznovrsni, ali se svakako izdvaja stav profesora da **nema kritičkog preispitivanja sadržaja koji se emituje, kao i da postoji odsustvo edukacije mladih ljudi u ovoj oblasti**. Zanimljiv odgovor je svakako i da u našoj zemlji postoji izjednačavanje ova dva pojma (medijska i digitalna pismenost). Dva profesora kao problem ističu i nedostatak tehničkih znanja.

Prosečna ocena koju nastavnici daju za medijsku i digitalnu pismenost studenata koji dolaze na fakultete na kojima su zaposleni je **2,9**. Upitani koliku pažnju njihova institucija u svojim programima posvećuje medijskoj i digitalnoj pismenosti profesori daju naredne odgovore: njih sedam kaže da je ono što se radi na njihovim fakultetima nedovoljno i da mora mnogo više, dok tri profesora smatraju da je ono što rade taman koliko i treba.

Pet od deset nastavnika visokoškolskih ustanova je reklo da na njihovoj ustanovi **nema predmeta koji se bavi medijskom i digitalnom pismenošću**. Da takav predmet postoji, ali da mu pomenuti pojmovi nisu primarna oblast reklo je troje profesora. Svega dva profesora kažu da na fakultetima gde su angažovani ima predmeta koji se iskuljučivo bave medijskom i digitalnom pismenošću. Naredni set pitanja se odnosio samo na one profesore na čijim fakultetima postoje predmeti koji pokrivaju oblast medijske i digitalne pismenosti. **Prosečna ocena koju profesori daju ovim predmetima i efektima njihove primene je 3,75**. Ipak, oni **profesori koji rade na fakultetima gde postoji predmet kome su ove pojave primana oblast daju ocenu 5**. Kao pozitivne efekte profesori navode veliku razliku između studenata prve i četvrte godine fakulteta kada su u pitanju znanja iz ovih oblasti, osposobljenost studenata za korišćenje digitalnih tehnologija, kao i da su studenti su u stanju da prenose veštine i obučavaju druge. Negativni efekti su: predmeti ne obuhvataju konkretne primere, nema motivacije kod studenata i nemogućnost obuhvata celokupne materije.

Među profesorima na čijim fakultetima nema predmeta koji se bavi medijskom i digitalnom pismenošću (ili mu to nije primarna oblast) **preovladava mišljenje da je u potpunosti opravdano uvesti ove predmete jer za tim ima potrebe (šest odgovora)**.

Dva profesora smatraju da se ova tema obrađuje kroz druge predmete i da za uvođenjem novih nema potrebe. Sledeće pitanje odnosilo se na nedostatke u sprovođenju programa koji se tiču medijske i digitalne pismenosti. **Tri profesora su istakla da programi veoma često nisu usklađeni da promenama u medijskom svetu.** Nedostatak znanja predavača, kao i prosti manjak istih je takođe često navođen problem u ovoj oblasti.

Upitani šta misle da bi **prioritetno trebalo unaprediti u programima za medijsku i digitalnu pismenost nastavnici visokoškolskih ustanova su isticali sledeće:**

- započeti sa sistematskom edukacijom ranije, predškolsom uzrastu
- jasno koncipirati predmete
- kontinuirano edukovati predavače
- selekcija izvora, upotreba novih programa, programiranje (Pajton)
- uvesti medijsku i digitalnu pismenost u srednje obrazovanje
- napraviti jasnu distinkciju između medijske i digitalne pismenosti

Za razliku od studenata koji većinom ističu važnost društvenih mreža u promovisanju medijske i digitalne pismenosti, **profesori najčešće smatraju da je potrebno osnažiti obrazovne programe iz ove oblasti** (6 odgovora). Važnost direktnog kontakta i društvene mreže su istakla po dva profesora.

6. Šta dalje?

Deo odgovara na pitanje u kom pravcu mogu ići buduće intervencije se pronalazi u ovom istraživanju, ali se ostatak odgovora nalazi u pažljivom razumevanju medijskih navika i ponašanja mladih ljudi. Ovde su fakulteti istaknuti kao jedna od ciljnih grupa, pre svega, u polju unapređenja nastavnih programa koji se tiču medijske i digitalne pismenosti. Izdvojićemo nekoliko važnih nalaza koji nam sugerišu i moguće pravce za intervenciju. Tako na primer, 65% studenata pozitivno ocenjuje sopstvene kapacitete za orijentaciju u medijskom okruženju, razumevanju medijskih sadržaja i generalno kritičkog mišljenja u vezi sa medijskim sadržajem. Dalje, studenti smatraju da ti kapaciteti nisu zasnovani na programima koji postoje na fakultetima jer njih 60% nije upoznato sa postojanjem programa na njihovim fakultetima koji se bave ovom temom. **Loša upoznatost sa predmetima iz medijske i digitalne pismenosti, čak i na fakultetima gde postoje, sugeriše da je potrebno bolje promovisati takve programe (oni to očekuju da vide na društvenim mrežama), da ih je potrebno osnažiti, ali i inovirati.**

Studenti potom odgovaraju da su najveći problem sa kojima se suočavaju na fakultetima nedostatak prakse (23%) kao i to da nema saradnje sa medijima 23%. **Intervencije onda treba praviti u smeru osnaživanja praktičnih delova i osnaživanja veština i najprirodniji saveznici u tom poslu su mediji i IT kompanije.** Dobra vest je da je IT tržište vitalno i razvijeno a da su vodeći mediji spremni na saradnju.

I profesori su svesni važnosti praktičnog dela nastave, ali oni ističu da je važno promovisati programe iz medijske i digitalne pismenosti kroz njihove osnaživanje i ne zaboravljanje teorijskog okvira. **Oni predlažu pažljivo analiziranje programe i intervenisanje kroz uvođenje ili jačanje postojećih kurseva/veština/programa.** MIPS program treba da ponudi rešenje u tom pravcu, ako ne na čitavom univerzitetu, onda na pojedinačnim fakultetima, od važnosti za medijsku i digitalnu pismenost.



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



propulsion



CeSID