



БЛОГИРАЈ ЗА КАУЗА!

Водич за застапување преку блогирање на Глобал Војсис

ОД МЕРИ ЦОЈС

МЕТАМОРФОЗИС 
Фондација за одржливи информатички решенија

Преведено од:
Фондација Метаморфозис
www.metamorphosis.org.mk

Содржина

Што е застапување преку блог?

- Што е застапување преку блог?
- Зошто да користам блог за застапување?
- Сакам да креирам блог за застапување, но немам технички способности
- Кој треба да отвори блог за застапување?

Какви видови блогови за застапување постојат?

- Блог за криза
- Блог за проблематика
- Кога блогот за КРИЗА станува блог за ПРОБЛЕМАТИКА

Што му е потребно на секој блог за застапување

- Основни информации
- Тековни новини
- Јасна цел
- Страница „како да се вклучиш“
- Е-пошта за контакт

Креирање блог за застапување

- Одбери цел
- Формирај тим
- Изгради го блогот
- Промовирај го твојот блог

Направи го твојот блог центар за акција

- Ти си водач на заедницата
- Познавај ја твојата заедница
- Одбери акција
- Мобилизирај ја твојата заедница

Биди безбеден

Благодарност

Би сакала да им се заблагодарам на Сами Бен Гарбиа (Sami Ben Gharbia), Итан Зукерман (Ethan Zuckerman), Керол Дар (Carol Darr), Мајкл Анти (Michael Anti), Дејвид Сасаки (David Sasaki) и Џорџија Поплевел (Georgia Popplewell) што ми помогнаа при пишувањето на овој водич.

Повеќе информации за авторот Мери Џојс можете да најдете на нејзината веб-страница, www.ZapBoom.com

Публикувано од Глобал војсис адвокати (Global Voices Advocacy)



1.

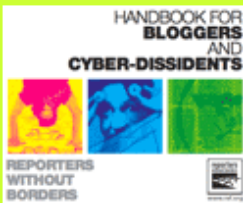
Што е застапување преку блог?

Застапување преку блог е користење на блогот за борба против неправда. Луѓето користат блогови за да се борат против различни видови неправди, како што е неправично ставање во затвор, корупција во Владата, деградација на животната средина и злоупотреба на човековите права.

Овие два водича се корисни



Водич за запознавање со
глобалните граѓански медиуми
<<http://rising.globalvoicesonline.org/library/Introduction-to-Citizen-Media-EN.pdf>>



Водич за блогери и
сајбер-дисиденти
<http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf>

Зошто да користам блог за застапување?

Многу луѓе отвораат блог за застапување, затоа што е евтин и лесен начин да се креира веб-страница која се однесува на одредена тема. Блоговите имаат однапред подготвени шаблони (темплети) кои му даваат на сајтот професионален изглед. Тие прилично лесно се персонализираат со дефинирање на твој хедер, графика, бои и фонтови. Исто така, повеќето платформи за блогови (на пример, Blogger и WordPress се бесплатни¹). (Следниот дел содржи и линкови до видеа кои покажуваат како да се отвори блог со Blogger или WordPress.)

Сепак, бесплатното и лесно отворање е само една од придобивките на почнување ваша кауза на блог. Блоговите, исто така, се многу интерактивни. Секој пост или напис има дел каде што посетителите можат да остават свои коментари, со што им се овозможува да станат дел од заедницата на сајтот и на тој начин да се почувствуваат повеќе вклучени во твојата кауза. Освен тоа, со блоговите е лесно да се работи со повеќе автори, со што се овозможува да се сподели работата за ажурирањето на блогот. Конечно, може да се вклучи и мултимедијална содржина – како фотографии, видео и аудиопарчиња на твојот пост. Овој вид материјали, кои лесно привлекуваат внимание, се важни за твојот блог да биде привлечен за корисниците.

Во основа, блогот е одлична алатка за застапување, затоа што му овозможува на секој кој има интернет-врска да почне кампања за општествена промена со потенцијал да биде слушнат на глобално ниво. На обичните граѓани им дава неверојатна моќ да им се спротивстават на властите, да дејствуваат како алтернативни извори на информации, да ги организираат поддржувачите и да лобираат кај оние кои се на власт. Алатките за општествена промена ти се в раце, па затоа почни да кликаш.

Сакам да креирам блог за застапување, но немам технички способности. Што да правам?

Најдобро е да се почне со разгледување на некој софтвер за блогирање. Запомни дека платформите за блогирање кои се достапни на интернет се креирани за да може лесно да се користат и од лаици. Јас успеав да сфатам како да се персонализира блог од Blogger (дури и да [научам малку HTML](#)), работејќи на софтверот само едно попладне и барајќи ги на Google термините кои не ги разбирав. И ти, исто така, можеш да ги провериш следниве видеа со инструкции. Покрај нив, *Прирачникот за блогери и сајбер-дисиденти (The Handbook for Bloggers and Cyber-Dissidents)* има некои корисни информации за поставување и за промовирање на твојот блог.

И двете платформи Blogger и Wordpress се добри затоа што се достапни на повеќе јазици, така што можеш да креираш блог за застапување и на твојот јазик, наместо да работиш на англиски. Иако преводот на англиски јазик ќе ти биде од важност ако се обидуваш да почнеш меѓународна кампања, подобро е блогот да го почнеш на твојот мајчин јазик, затоа што ќе ти биде полесно да го одржуваш.

¹ Иако Wordpress нуди оптимизација во однос на изгледот и структурата, другите блогерски сервиси кои се споменати, особено Blogger, се многу полесни за поставување. Одбери ја онаа платформа која најдобро одговара на нивото на техничките вештини на твојот тим.

Овие видеа со демонстрации се исто така многу корисни



Креирајте блог на Blogger
<<http://tinyurl.com/339xxr>>



Креирајте WordPress блог
<<http://tinyurl.com/2actbj>>

Кој треба да отвори блог за застапување?

Зборот „застапување“ имплицира дека зборуваш за некој друг. Но, дали имаш право или дозвола да зборуваш за тоа лице или група? Ова е важно прашање кое треба да си го поставиш пред да отвориш блог за застапување.

Ако си интимно вклучен во каузата која ја застапуваш, ако таа кауза влијае лично врз тебе или ако се случила неправда во градот или во местото во кое живееш, тогаш не треба да се грижиш дали имаш право да отвориш блог за застапување. Но, ако настанот се случува во друга земја или влијае врз некој друг кој ти лично не го познаваш, подобро е да направиш неколку проверки пред да го отвориш твојот блог.

Прво треба да стапиш во контакт со луѓето кои се најдиректно поврзани со темата, за да се осигуриш дека твојот блог всушност ќе им помогне. Ако застапуваш некое лице, мора да ги контактираш блиските пријатели на тоа лице или идеално би било да контактираш со член од неговото најтесно семејство. Треба да се осигуриш дека твојот блог нема да реплицира нешто што тие веќе го прават. Исто така, во некои случаи, отворањето блог за застапување, всушност, може да му *наштети* на лицето или каузата која сакаш да ја помогнеш и треба да се осигуриш дека ова нема да се случи.

Еден пример како да *не* се почне со блог за застапување е блогот Free Alaa² (Слобода за Ала), кој во 2006 година лобираше за ослободување на египетскиот блогер Ала Абд ел Фатах (Alaa Abd El Fattah). Јас, заедно со други меѓународни блогери го отворивме блогот Free Alaa без добро да се координираме со сопругата на Ала и неговите пријатели во Египет. Ова беше непродуктивно затоа што сопругата на Ала, Манал (Manal) се обидуваше да ги организира сите информации за нејзиниот сопруг преку нивниот заеднички блог Alaa and Manal's Bit Bucket <www.manalaa.net>. Покрај тоа, Ала подоцна ни откри дека постоењето на нашиот блог, кој од тогаш е избришан, всушност било причина подолго да го држат во затвор, бидејќи Владата гледала на него како на лице од повисок профил, а со тоа и како на поголема закана.

Позитивен пример е неодамнешната кампања Free Fouad (Слобода за Фуад) <<http://en.freefouad.com>>. Иако саудискиот блогер Фуад Алфархан (Fouad Alfarhan) беше ставен во притвор на 11 декември 2007 година, директорот на Глобал војсис адвокати (Global Voices Advocacy), Сами Бен Гарбиа (Sami Ben Gharbia) остана во контакт со неговата сопруга и не почна формална кампања за негово ослободување, сè дури не ја доби нејзината согласност, речиси две недели по апсењето.

На почетокот, сопругата на Фуад сметала дека проблемот ќе може тивко да се реши и дека публицитетот на затворањето ќе му наштети на нејзиниот сопруг, затоа што на тој начин властите ќе гледаат на него како на креатор на неволји, кој сака да се организира против Владата. Сепак, бидејќи ситуацијата со нејзиниот сопруг остана неизменета, сопругата на Фуад реши дека јавна кампања ќе помогне да го ослободат нејзиниот сопруг.

Овие два примера ја илустрираат комплексноста на блогирањето за застапување. Токму затоа, многу е важно да се координираат со луѓето кои се директно вклучени во темата за која се залагате. Клучот е *согласност*. Ако застапувате некого, многу е важно да се обидете да ја добиете нивната согласност за да зборувате во нивно име.

- Блогот Free Alaa беше направен со користење на платформата Blogger. Сепак, тој беше затворен и содржината му е избришана. Блогот повеќе не постои.

Какви видови блогови за застапување постојат?

Постојат многу различни видови блогови за застапување и во овој прирачник има многу примери за нив. Сепак, можеби ќе ти биде полесно ако ги поделиме блоговите за застапување во две главни категории: блогови за кризи и блогови за проблематики. Категоризацијата на блоговите на овој начин може да им помогне на блогерите да ја постават својата стратегија за застапување, но, ако оваа категоризација не ти е од помош, слободно игнорирај ја.

2.

1. Блог за КРИЗА

Блог за криза се однесува на неправда која може брзо да се реши. Тој има куса временска рамка. Блоговите за криза вообичаено имаат релативно јасни цели. Повеќето блогови бараат ослободување блогер од затвор, како што се Слобода за Монем (Free Monem) <www.freemonem.cybversion.org>, Слобода за Фуад (Free Fouad) <<http://en.freefouad.com>> и Слобода за Карем (Free Kareem) <www.freekareem.org>, кои се отворени како блогови за криза. Уште еден добар пример за блог за криза е Не го блокирај блогот (Don't Block the Blog), кој бара отстранување на привремената забрана на еден блог на пакистански блогер во 2006 <<http://help-pakistan.com/main/dont-block-the-blog>>.

2. Блог за ПРОБЛЕМАТИКА

Блог за проблематика се однесува на постоечка ситуација за која нема брзо или лесно решение. Тој има долгорочна временска рамка и често има и неколку комплексни барања. Примери за блогови за проблематика ги опфаќаат Акциона група за права T&T (Rights Action Group T&T), која се фокусира на прашања од животната средина во Тринидад и Тобаго <www.rightsactiongroup.blogspot.com>, Мотик (Motic), кој се спротивставува на филтрирањето на интернетот во Мароко <<http://motic.blogspot.com>> и ФАКТ Тајланд (FACT Thai), кој се спротивставува на цензурата на интернет во Тајланд <<http://factthai.wordpress.com>>. Други значајни блогови се Кубатана (Kubatana), <www.kubatana.net>, кој го промовира користењето интернет кај активистите за човекови права во Зимбабве и Не заборавај ја Бурма (Don't Forget Burma), фотоблог, посветен на фокусирање на вниманието врз политичката ситуација во таа земја <www.dontforgetburma.org>.

<<http://censorship.cybversion.org>>

Вид: блог за криза до блог за проблематика
Причина: да се привлече вниманието на јавноста кон агресивната цензура која преовладува во земјата.
Земја: Тунис
Јазик: француски, англиски, арапски



SEA-EAT

<<http://tsunamihelp.blogspot.com>>

Вид: блог за криза
Причина: да обезбеди вести и информации за ресурси, помош, донации и доброволна работа по цунамито во 2004 година.
Земја: меѓународен
Јазик: англиски



Kubatana

<<http://www.kubatana.net>>

Вид: блог за проблематика
Причина: да се промовира користењето интернет од страна на организациите за граѓанско општество во Зимбабве.
Земја: Зимбабве
Јазик: англиски

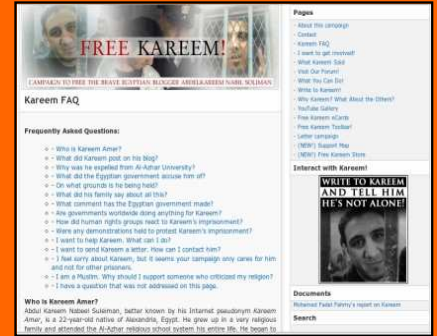
3. Кога блогот за КРИЗА станува блог за ПРОБЛЕМАТИКА

Еден блог кој бил почнат како блог за криза, понекогаш станува блог за проблематика кога неправдата не е решена за кусо време. Добар пример за овој тренд е блогот Слобода за Карим (Free Kareem), кој почна како блог за криза во ноември 2006 година, со кој се бараше слобода за притворениот египетски блогер Абдел Карим Набил Сулиман (Abdel Kareem Nabil Suliman). Подоцна, Карим беше осуден на четири години затвор за непочитување на религијата и навреда на претседателот. Во тој момент, краткорочната временска рамка на блогот за кризи стана долгорочна рамка, бидејќи стана јасно дека, дури Карим и да биде ослободен, кампањата за негово ослободување ќе биде долга.

Друг пример за блог за криза кој станал блог за проблематика е блогот за Помош од цунами (The Tsunami Help) (исто така, наречен блог SEA-EAT) <www.tsunamihelp.blogspot.com>, кој функционираше како централно место за информации и помош по цунамито кое настана за време на божиќните празници во 2004 година и потоа блогот продолжи да се занимава и со други природни катастрофи.

Може да биде голем предизвик да се задржи ангажираноста на луѓето кога еден блог за криза ќе постане блог за тематика, бидејќи доброволците вообичаено се изморени од долгите кампањи. Развивањето иновативни активности е важно за да се задржи интересот на доброволците. Исто така е важно да се задржи организациската функција во подолг временски период за да се искористат клучните настани (како што се изборите), кои креираат можност да се наметне твојата кауза. Способноста да се искористат овие моменти на политичко отворање се од основна важност при постигнување победи кај долгорочните кампањи.

Примери на блогови за застапување



Free Kareem

<<http://www.freekareem.org>>

Вид: блог за криза до блог за проблематика
Причина: притисок за ослободување на уапсениот египетски блогер Абдел Карем Нбил Сулиман
Земја: меѓународен
Јазик: англиски

<<http://netzpolitik.org>>

Вид: блог за проблематика
Причина: да се промовираат слободниот софтвер, правата на интернет-корисниците и слободата на изразување во сајбер-просторот.
Земја: Германија
Јазик: англиски, германски



Netzpolitik



Rights Action Group T&T

<<http://rightsactiongroup.blogspot.com>>

Вид: блог за проблематика
Причина: да се промовира добро управување и одржлив развој.
Земја: Тринидад и Тобаго
Јазик: англиски



Beyond the Stars

<<http://beyondthestars.wordpress.com>>

Вид: блог за проблематика
Причина: да се промовира кампањата за заштита на природната средина во Хонг Конг.
Земја: Кина
Јазик: кинески

Ако читаш само една страница... прочитај ја оваа!
Што му е потребно на секој блог за застапување

Основни информации

1. **Што** е каузата за која се застапуваш?
2. **Зошто** се застапуваш за таа кауза (зошто е неправедна тековната ситуација)?
3. **Кој** е жртвата на оваа неправда и кој ја сторил неправдата?
4. Ако протестираш против неправеден настан (како апсење), **Кога** и **Како** се случил?

Пример: Страницата „За нас“ („About“) на блогот Слобода за Монем (Free Monem)
<<http://freemonem.cybversion.org/about/>>

Тековни новини

Луѓето мора да добијат најнови информации за каузата од твојот блог.

Јасна цел

Кој мислиш дека е најдобриот начин за да се реши неправдата против која се бориш? Најдобри се јасни и едноставни цели, бидејќи тие лесно се споделуваат и служат како поефикасна мотивација за поддржувачите. Твојата цел е мисијата на твојот блог за застапување и би требало да можеш да ја искажеш во една реченица.

Пример: “SASOD е група со седиште во Гуана, која е посветена на искоренување на дискриминацијата врз основа на сексуална ориентација.”
<<http://sasod.blogspot.com>>

Страница „како да се вклучиш“

Луѓето кои го посетуваат блогот треба да најдат список на активности кои тие можат да ги преземат за да се вклучат во твојата кауза (примери за вакви активности има на страница 16)

Примери:

→ Страницата „Што можеш да направиш ти“ („What You Can Do!“) на блогот Слобода за Карем (Free Kareem)
<www.freekareem.org/what-you-can-do>

→ Страницата „Ресурси за активистите“ („Activist Resources“) на блогот Спасете го Дарфур (Save Darfur)
<http://savedarfur.org/pages/activist_resources>

Е-пошта адреса за контакт

Членовите од печатот и потенцијалните поддржувачи би требало да можат да стапат во контакт со тебе, писателот на блогот. Провери дали јасно си објавил е-пошта адреса, на која може да контактираат со тебе.

Пример: YourCause@gmail.com

Креирање блог за застапување

3.

1. Избери цел

Многу е важно да се избере цел пред да почнеш твој блог за застапување. Дали сакаш само да обезбедиш информации за твојата кауза? Дали сакаш да извршиш притисок за измена на политиката? Дали имаш на ум одредена специфична измена или едноставно бараш генерализирана реформа? Твојата цел нема само тебе да ти биде важна при дефинирањето на твојата стратегија. Таа ќе биде, исто така, важна за да се мотивираат доброволците и за да се дефинира успехот. (Како би успеал во постигнувањето на твојата цел ако прво не избереш цел?) Ако имаш јасна цел, како на пример „Подигнување на свеста за Х“ или „Спротивставување на Х закон“, исто така, ќе ти биде од помош при следниот чекор во процесот на креирање на блогот за застапување: формирање тим. Да речеш „Сакам да отворам блог како центар на кампањата за ослободување Карим од затвор, да обезбедам информации за неговата состојба и да сугерирам на кој начин може да му се помогне“, е многу посилен апел отколку да речеш „Карим е во затвор и јас мислам дека треба нешто да направиме“. Знаејќи ја целта која сакаш да ја постигнеш, уште на почетокот ќе ти биде придобивка во целиот тек на кампањата.

2. Формирај тим

Може да креираш блог за застапување и сам, но ако сакаш да биде успешен, ќе ти треба мрежа на пријатели и приврзаници. Еве еден список за тоа каков вид профили ти требаат за да водиш првокласен блог. Размисли за твоите пријатели и други луѓе, за кои знаеш дека може да ја исполнат секоја улога. Исто така, можеш да побараш помош од интернет-заедниците, како што се Глобал војсис (Global Voices), за да најдеш лица кои ќе ги исполнат овие улоги. Не грижи се ако не можеш да најдеш лице за секоја задача. Едноставно, само обиди се да најдеш што можеш повеќе вешти соработници.

→ **Писател(и):** Честото пишување постови со најновите вести за твојата кауза е твојата најважна задача како блогер за застапување. Идеално, треба да пишуваш нов пост најмалку секој втор ден (најдобро е секој ден). Обиди се да најдеш коавтори кои ќе ти помогнат во пишувањето на содржината.

→ **Програмер:** Во зависност од тоа колку сакаш да ти биде елабориран твојот блог, можеби ќе ти треба некој кој ќе знае како да уредува код. Дефинитивно ќе ти треба некој кој знае да работи со HTML, кој се користи за да се измени стилот на твојот блог (фонт, боја на заднината, итн.), а може дури и да научиш како се прави тоа. Другите компјутерски јазици, како PHP и JavaScript, се корисни за креирање вицети како анимирани делови на блогот, но овие кодови е потешко да се научат.

→ **Дизајнер:** Ако сакаш твојот блог да изгледа професионално, ќе ти треба некој кој е добар во дизајн или можеби ова ќе можеш и ти сам да го направиш. (Јас ја користам слободната графичка програма GIMP за креирање банери и бецови). За покомплексни графички презентации, како видеа, би било добро да најдеш некој кој е специјализиран за креирање видеа.

Примери на блогови за застапување



Free Fouad

<http://en.freefouad.com>

Вид: блог за проблематика
Кауза: спротиставување на незаконското приведување на саудискиот блогер Фуад Алфахран (Fouad Alfarhan).

Земја: меѓународен
Јазик: англиски, арапски



SASOD Guyana

<http://sasod.blogspot.com>

Вид: блог за проблематика
Кауза: спротиставување на дискриминацијата во Гуана врз основа на сексуална ориентација.
Земја: Гуана
Јазик: англиски

→ **Лице за остварување контакти:** Кога ќе ја промовираш твојата кампања, многу е важно да имаш голем број добри контакти. Ќе ти треба некој кој познава и други блогери и (идеално) има контакти со НВОи³ и со новинари.

→ **Преведувач:** Ова лице ќе ти помогне да го преведеш твојот блог. Како што споменав во воведот, ќе треба да преведеш некои основни информации на англиски јазик, доколку сакаш да креираш меѓународна кампања. Можеби ќе ти треба превод и на други јазици, во зависност од твојата целна публика.

3. Изгради го блогот

Градењето на блогот е најочигледниот чекор во блогирањето за застапување, но најчесто за ова е потребно најмалку време. Всушност, една од придобивките

на користење блог за застапување е тоа што е можно да се отвори целосно функционална веб-страница за 24 часа или помалку. Ако ги немаш потребните вештини за градење на твојот блог, ова е одлична можност да го искористиш тимот кој го оформи.

Еве одредена содржина која можеби ќе сакаш да ја вклучиш во твојот блог:

→ **Основа:** Како што е наведено на страница 7, секој блог за застапување има потреба од:

- ⊙ **Основни информации** за твојата кауза (што, каде, кога, кој, зошто и како)
- ⊙ **Тековни новости** за темата
- ⊙ **Цел** како сакаш да се реши оваа неправда (пример: Слобода за Карим!)
- ⊙ **Страница „како да се вклучиш“** (активности кои другите луѓе можат да ги преземат за поддршка на твојата кауза)
- ⊙ **Е-пошта адреса за контакт** за да можат да стапат во контакт со тебе твоите поддржувачи и медиумите.

→ **Слики:** Идеално, секој пост треба да биде придружен со слика. Така, твојот блог ќе биде попривлечен за посетителите. Ако се застапуваш за одредено лице, важно е да ставиш слики од тоа лице на блогот за да креираш емотивна привлечност. Flickr Zeitgeist е еден анимиран бец, кој ти овозможува да презентираш фотографии од твојата адреса на Flickr во страничниот дел на твојот блог <<http://flickr.com/fun/zeitgeist>>.

→ **Видео:** Ако имаш член на тимот кој има вештини за креирање видеа, можеш да креираш и видео во кое ќе ја објасниш твојата кауза. Потоа објави го на сајт за размена на видеа, како што се www.YouTube.com и www.DailyMotion.com за да добие поширока гледаност и за да може и другите блогери да го вклучат во своите блогови и да ја поддржат твојата кауза. (Еве неколку добри примери за видеа за застапување: http://freemonem.cybversion.org/video_multimedia).

3 Невладини организации

Примери на блогови за застапување



Don't Forget Burma

<<http://www.dontforgetburma.org>>

Вид: блог за криза до блог за проблематика

Кауза: почна со поддршка на протестите на свештениците, а сега е место каде што луѓето може да покажат дека, иако Бурма веќе не е во центарот на медиумите, тие, сепак, мислат на Бурма секој ден.

Земја: меѓународно

Јазик: англиски



Motic

<<http://motic.blogspot.com>>

Вид: блог за проблематика

Кауза: да се документира интернет-цензурата во Мароко.

Земја: Мароко

Јазик: француски



→ **Бецови:** Ова е уште една задача за твојот дизајнер. Бец е мала графика која другите блогери може да ја постават на нивните блогови за да покажат поддршка за твојата кампања. Можеш да креираш бец за твојата кампања, кој едноставно ќе биде слика или ако твојот дизајнер е повешт, може да креираш и анимиран бец како кај Слобода за Фуад (Free Fouad): <http://www.alfarhan.org/archives/175>

→ **Врски со други акции:** Ако работиш за позната кауза, можеби постојат и други лица и групи, кои, исто така, креираат содржина и активности за поддршка на твојата кауза. Многу е важно да си во контакт со другите лица кои се вклучени во твојата кауза за да се осигуриш дека вашите активности се координирани и меѓусебно се промовирате. Ако друга група креира одредена ефикасна активност, промовирај ја на твојот блог и стави врска со нив на твојот страничен бар и замоли ги да го сторат истото за тебе.

→ **Тагови:** Таговите се клучни зборови кои ги додаваш на твоите постови како помош на луѓето полесно да ја најдат твојата содржина. Сајтот <www.technorati.com> е еден од најпопуларните пребарувачи за блогови и има свој систем за тагови. Можеш да вметнеш код од веб-страницата Technorati на свој од твоите постови и потоа луѓето може да го најдат твојот пост на веб-страницата Technorati ако ги пребаруваат тие термини.

4. Промовирај го твојот блог

Имаш тим и веќе креираше блог. Честитки! Сега почнува вистинската работа. Ти треба да ја промовираш твојата кауза за да се обидеш да ја поправиш

неправдата против која се бориш. Како и секоја друга кампања за застапување, треба да ја одредиш својата цел: лицето или групата кои имаат моќ да ја поправат неправдата против која се бори твојот блог. Потоа треба да извршиш притисок врз тоа лице или група за да ја постигнеш твојата цел.

На пример, неправдата против која се бори блогот Слобода за Монем (Free Monem) <<http://freemonem.cybversion.org>> беше незаконското апсење на блогерот Абдел Монем Махмуд (Abdel Monem Mahmoud). Нивната цел беше Монем да биде ослободен од затвор и нивната цел беше египетската влада. На крајот тие имаа успех затоа што египетската Влада попусти пред нивните барања и Монем беше ослободен на 2 јуни, 2007.

Како и во случајот со Слобода за Монем (Free Monem), целта на многу кампањи за застапување е Владата. Ако сакаш твојот блог директно да влијае врз Владата, не е доволно само да пракаш пораки до претседателот и да очекуваш дека ќе те послуша. Влијанието врз Владата е малку покомпликувано. Но, не грижи се. Сè ќе ти биде објаснето.

Графичкиот приказ на следната страница покажува четири различни насоки за влијание врз Владата и објаснува кој начин функционира и како да се користат тие методи. Ако мислиш дека графичкиот приказ е малку комплексен, прочитај го објаснувањето и ќе ти стане јасно.

Примери на блогови за застапување



OurKingdom

<<http://ourkingdom.opendemocracy.net>>

Вид: блог за проблематика
Кауза: застапување за демократски устав во Обединетото Кралство.
Земја: Обединетото Кралство
Јазик: англиски

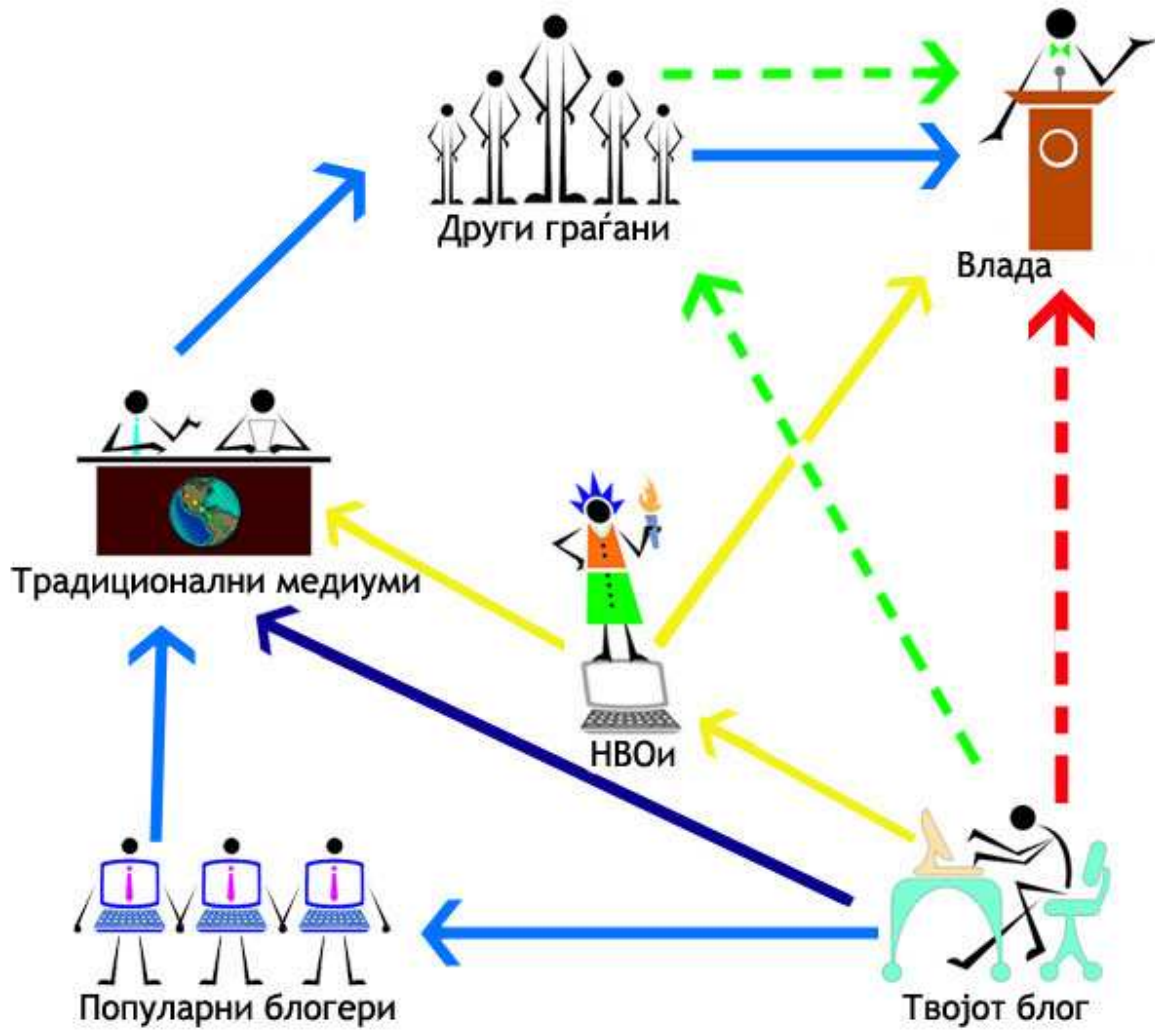


Free Monem

<<http://freemonem.cybversion.org>>

Вид: блог за криза
Кауза: притисок за ослободување на уапсениот египетски блогер Абдел-Монем Махмуд (Abdel-Monem Mahmoud).
Земја: меѓународно (Египет, Тунис, Мароко, САД, Сирија)
Јазик: англиски, француски, арапски

Слика 1: Како твојот блог може да ѝ влијае на Владата
 На овој приказ се покажани пет насоки за влијание врз Владата



1. Контакт со: **Владата**
2. Контакт со: **Други граѓани**
3. Контакт со: **Традиционалните медиуми**
4. Контакт со: **Популарни блогери**
5. Контакт со една **НВО**

Ќе дискутираме за сиве овие начини и ќе објасниме кои методи за вршење притисок врз Владата се најделотворни. Исто така, оваа стратегија можеш да ја користиш за вршење притисок врз други моќни цели, како што се меѓународните корпорации.



FACT Thai

<<http://facthai.wordpress.com>>

Вид: блог за проблематика

Кауза: спротивставување на интернет-цензурата во Тајланд.

Земја: Тајланд

Јазика: англиски, тајландски



Free Keyboard

<<http://www.freekeyboard.net>>

Вид: Блог за проблематика

Кауза: Да им се помогне на луѓето слободно да сурфаат преку објавување информации како да се избегне филтрирањето и објавувањето вести за дигиталната цензура

Земја: Иран

Јазик: Фарси

1. Стапи во контакт со Владата

Доколку си политички активист, твојата крајна цел е да се влијае врз Владата, па затоа се чини дека најдобриот тек на активностите е директно да се стапи во контакт со Владата и да побараш од нив да те сослушаат.

контакт со Владата и да побараш од нив да те сослушаат.

За жал, не е веројатно дека оваа стратегија ќе функционира. Дури и ако си прочуен блогер, за кого се свесни сите владини претставници, тоа не гарантира дека ќе те сослушаат. Обидите директно да се изврши притисок врз Владата, најверојатно, нема да функционираат, бидејќи Владата нема причина да те сослуша тебе – поединечен блогер (поради тоа **црвената линија**) во дијаграмот е непрекината, а не полна).

Ако си само едно лице, Владата лесно може да те игнорира, без да почувствува негативни последици. Она што треба да го направиш е да ја убедиш Владата дека е во нејзин интерес да те сослуша. За да го постигнеш ова, ќе ти бидат потребни и други луѓе кои ќе ти помогнат да извршиш притисок врз Владата.

2. Стапи во контакт со други граѓани

Сега разбираш дека ќе ти треба помош од други луѓе за да извршиш притисок врз Владата. Ова значи дека твојата цел е да убедиш други граѓани за вредноста

на твојата кауза, за тие да ти помогнат во вршењето притисок врз Владата **зелена линија**.

За жал, како што може да видиш од графиконот на претходната страница, зелената линија не е полна, туку непрекината, што значи дека тоа не е ефективна опција за промовирање на твојата кауза. Причината што ја прави оваа опција помалку ефективна е што повеќето луѓе не знаат дека твојот блог постои. Значи, како ќе ги информираш овие луѓе за твојот блог и твојата кампања?

3. Контактирај со масовните медиуми

Повеќето луѓе информациите ги добиваат од масовните медиуми (ТВ, радио, весници и магазини). Една од стратегиите за градење на

публицитетот на твојот блог и твојата кауза е да им се каже на масовните медиуми за тоа, за тие да можат да ги информираат граѓаните **темносина линија**. Доколку членовите на медиумите сметаат дека твојата кауза е важна, можат да напишат статија за неа во весник или во магазин или да ја споменат при емитувањето на вестите. Луѓето кои ќе слушнат за твојата кауза во масовните медиуми, потоа можат да го посетат твојот блог за да добијат ажурирана информација за твојата кауза и да научат како можат да се вклучат. Со нивното вклучување можат да помогнат во вршењето притисок врз Владата.



World Bank President

<www.worldbankpresident.org>

Вид: блог за проблематика
Кауза: да се даде светло на „медиумското покривање, трачеви однатре во организацијата, официјални реакции и активности на граѓанското општество во врска со претседателот на Светска банка“, зголемување на транспарентноста.
Земја: САД
Јазик: англиски



Save Darfur

<<http://savedarfur.org/blog>>

Вид: блог за проблематика
Кауза: да се соберат средства и да се подигне свеста за хуманитарната криза во Дарфур.
Земја: САД
Јазик: англиски

Значи, со кои медиуми треба да се обидеш да стапите во контакт? Во одлучувањето со кого да контактираш, треба да се раководиш од следните две прашања:⁴

1. Кој сакаш да биде информиран за твоите вести?

Дали е твојата проблематика локална, нешто за кое само вашите сограѓани треба да бидат свесни? Тогаш, треба да се занимаваш само со локални весници, радио и ТВ. Ако мислиш дека твојата проблематика заслужува меѓународно внимание, тогаш можеби ќе сакаш да контактираш со меѓународна новинска агенција, како Асошијетед прес, агенцијата Франс прес или Ројтерс. Многу весници во целиот свет ги добиваат вестите од овие агенции. Сепак, имај на ум дека видливоста за јавноста и лесниот пристап се обратно пропорционални. Меѓународните медиуми ќе ја направат твојата кауза повидлива за јавноста, но потешко е да се биде забележан од меѓународните медиуми, бидејќи има толку многу приказни кои се натпреваруваат за нивното внимание. Од друга страна, полесно е да се добие пристап да локален весник или ТВ станица, но количеството на видливост за јавноста кои можат да го обезбедат за твојата кауза е, исто така, помало, поради нивниот локален досег.

2. Кој е доволно слободен да известува за твојата кауза?

Вториот фактор на кој ќе треба да му обрнеш внимание е кои медиуми се доволно слободни за да известуваат за твојата кауза? Многу земји имаат медиуми кои се цврсто контролирани од Владата. Во овој случај, локалните медиуми можеби нема да известуваат за твојата сторија, особено ако ја критикува Владата, а ти треба да размислиш за контакт со меѓународните медиуми. Сепак, како и во првото сценарио, слободата и лесниот пристап се, исто така, обратно пропорционални. Често, меѓународните медиуми се послободни за објавување вест која ја критикува националната Влада на разни земји, но тешко е да се биде забележан бидејќи има толку многу приказни кои се натпреваруваат за нивното внимание. Од друга страна, полесно е да се добие пристап да локален весник или ТВ-станица, но тие може да не бидат доволно слободни за да ја објават твојата вест.



Don't Block the Blog

<<http://help-pakistan.com/main/dont-block-the-blog/>>

Вид: блог за криза до блог за проблематика
Кауза: спротиставување на интернет-цензурата во Пакистан
Земја: Пакистан
Јазик: англиски



4 Благодарност до новинарот и блогер Мајкл Енти (Michael Anti) за оваа рамка.

Кога веќе донесе одлука за локални или меѓународни, како да најдеш контакт со репортери за твоите вести? Прво, разговарај со членовите на вашиот тим и види дали некој од нив има контакти во медиумите (ова е работа за лицето за остварување контакти). Потоа, напиши соопштение за јавноста и прати го до медиумот кој си го одбрал. (Соопштенијата за јавноста се, исто така, екстремно корисни за контактирање НВО). Запомни дека ако сакаш да контактираш со меѓународни медиуми, можеби ќе биде потребно соопштението за јавноста да го напишеш на англиски, работа за вашиот преведувач. Еве го форматот на соопштение за јавност⁵:

[Наслов]

За итно објавување

[Вашето име, број на мобилен телефон, Е-пошта]

[Тело на Соопштението за јавност]

Првиот пасус на соопштението за јавност треба да вклучи *кој, што, кога, каде* и *како* од твојата вест. Ако репортерот го прочита само првиот пасус, тој треба да има сè што му е потребно за да ја предложи веста на уредникот. Следните два или три пасуси можат да содржат (ваши) цитати, детали и одредени стории, или објаснување на важноста.

Откако ќе го пратиш соопштението за јавноста, очекувај да ти се јави новинарот и да ти постави прашања. Запомни дека новинарите работат со крајни рокови, па ако ти се јави новинар, веднаш одговори на повикот и имај подготвена листа на точки на разговор со цел да создадеш добри цитати. Кога разговараш со новинар би требало да ги имаш при рака сите клучни факти за случајот, за да можеш да му одговориш на новинарот брзо и прецизно. Доколку имаш доволно среќа твојот случај да биде споменат во медиумите, потруди се да ги поврзеш со твојот блог за застапување. Тоа што е спомнато во медиумите ù дава кредибилитет на твојата кауза, затоа одбележи го забележително на твојата страница.

4. Контактирајте со популарни блогери

Доколку немаш директен контакт со медиумите, можеш да искористиш помош од други популарни блогови за зголемување на твојата видливост. Во повеќето земји со активни блогосфери, новинарите ги следат неколкуте клучни блогови за да добијат идеи за нови стории. Она што треба да го направиш е да му пишеш на еден од овие популарни блогери и да побараш да пишуваат за твојата кауза **[светлосина линија]**. Со малку среќа, некој новинар ќе ја види сторијата во популарниот блог и ќе пишува за неа. (Во некои земји, како Кина, новинарите, исто така, ги проверуваат популарните онлајн-форуми, па затоа пронајдете кои се популарните онлајн-извори за новинарите во твојата земја.)

5. Контактирајте со НВО

Постои друг многу важен начин за промоција на твојата кауза и зголемување на притисокот врз Владата, а тоа е контактирањето со НВО. (НВО значи невладина организација). НВО ги претставуваат интересите на групи граѓани. Некои НВО се аполитични, како заедници и верски групи, но многу НВО промовираат каузи. Веројатно постои НВО во светот, која би била заинтересирана да ти помогне да ја промовираш твојата кауза.

НВО можат да ти помогнат на многу начини. Многу НВО имаат блиски врски со масовните медиуми, така што можат да ти помогнат да добиеш медиумска покриеност на твојата кауза **[права жолта линија]**. Во продолжение, некои НВО имаат врски со членови на Владата. Ова значи дека можат директно да лобираат кај Владата во твоје име **[крива**

5 Благодарност до Зефир Тичаут (Zephyr Teachout) за информацијата како да се напише соопштение за јавност.

жолта линија]. Ова може да биде огромна помош за твојата кауза. Исто така, НВО имаат големо искуство во застапувањето, што значи дека можат да ти дадат многу корисни совети за создавањето успешна кампања.

Треба да размислиш за контактирање и со локални и со меѓународни НВО за да видиш кој може да ти помогне. Добра идеја е да се почне со локалните НВО. Наоѓањето НВО и лице со кое можеш да контактирате е работа на лицето за остварување контакти. Често, локалните НВО имаат контакти со меѓународни НВО, кои, исто така, често се ефективни во вршењето меѓународен притисок врз Владата на твојата земја.⁶

Во скорашниот пример за користење НВО за промоција на кауза, блогот Слобода за Фуад <<http://en.freefouad.com>>, кој беше создаден за да се спротивстави на затворањето на уапсениот саудиски блогер Фуад Алфархан, работеше со НВО наречено [Комитет за заштита на новинари](#) (КЗН) за да ја промовираат нивната кауза.

Еден од блогерите вклучени во кампањата Слобода за Фуад, [Сами Бен Гарбиа](#), имал пријател во КЗН и контактирал со него за да му каже за апсењето на Фуад. Тогаш КЗН ја искористи својата способност да лобира кај странски Влади испраќајќи писмо до Крал Абдула од Саудиска Арабија со барање за ослободување на Фуад. КЗН, исто така, ги искористи неговите врски со медиумите и со други НВО за да го промовира случајот на Фуад.

Истата недела кога КЗН го испрати писмото, многу весници и ТВ-мрежи од целиот свет почнаа да известуваат за случајот на Фуад, вклучувајќи ги Њујорк тајмс, ВВС и CNN. За време на пишувањето на овој водич, генерал Менсур ал Турки, гласноговорник на Министерството за внатрешни работи, рече дека Фуад ќе биде наскоро ослободен.

Соработката со НВО може драматично да го зголеми влијанието на твојата кампања.

6 За повеќе информации за меѓународни кампањи на застапување, види ја книгата „Активности без граници“ (“Activities Beyond Borders”)(Cornell University Press, 1998) од Маргарет Кек (Margaret Keck) и Катрин Сикинк (Kathryn Sikkink).

4.

Направи го твојот блог центар за акција

Еве неколку совети како да го направиш твојот блог, не само центар за информации, туку и центар за акција.⁷

Ти си водач на заедница

Сфати дека си водач и организатор на заедница и дека луѓето кои го посетуваат твојот блог се заинтересирани за темата и сакаат да помогнат.⁷ Дај им јасна мисија за да ги мотивираш, покажи им како се вклопуваат во таа мисија и кажи им што можат да направат за да помогнат.

→ Биди свесен дека луѓето во твојата заедница најверојатно ќе бидат „влијатели“⁸. Влијатели се луѓето кои се граѓански и политички активни, имаат многу пријатели и познаници, способни се да влијаат врз тие пријатели и да ги убедат да се вклучат во твојата кампања и сакаат да ги читаат најновите вести. Ако ги направиш влијателите среќни и ефективно ги користиш, твојата кампања ќе напредува.

Познавај ја твојата заедница

→ Кога еднаш ќе имаш заедница, потребно е да се добие најмногу од овие членови. Прашај ги каква стручност имаат и побарај помош од нив.

→ Побарај од нив идеи за тоа како да се подобри кампањата и потоа сериозно ислушај ги нивните предлози. Деловите за коментари во написите се одлични

за тоа.

→ Наредниот пат кога ќе размислуваш за нова акција или содржина, можеби е добра идеја да се анкетираат членовите на заедницата за да видиш што мислат тие за тоа. Запомни, доколку предложиш акција и никој не учествува во неа, таа не може да успее. (Може да создадеш бесплатна анкета на www.freepolls.com или www.pollhost.com и да ги вклучиш на вашиот блог).

→ Следи колку посети имате дневно и од кои земји се посетителите. ClustrMaps <www.clustrmaps.com> ти дозволува да ја прикажеш визуелно оваа информација.

Одбери акција

→ Сега имаш заедница. Време е да им дозволиш да земат учество во акција. Намената на една акција е да изврши притисок на твојата „цел“ – лицето кое ја има моќта да ја исправи неправдата против која се бориш. Доколку неправдата е политичка, најверојатно твојата цел е политичар. Доколку твојата кауза е во врска со лошо однесување на корпорации, твојата цел може да биде управител на корпорација.

→ Често е нејасно кој точно ја има моќта да ја исправи неправдата. Многу хиерархии на моќта не откриваат кој е одговорен за некоја акција со цел да избегнат да бидат повикани на одговорност. Кога се двоумиш, цели на големо. Ако си политички активист, цели на претседателот или на член на националното законодавно тело кој е претставник на областа каде што се случила неправдата. Доколку неправдата е сторена од корпорација, цели на генералниот директор.

→ Твојата „Вклучете се“ страница треба да вклучи неколку акции кои луѓето можат да ги преземат за да ја поддржат твојата кауза. Идеално би било овие акции да имаат различни нивоа на временско ангажирање, со цел да се обратат до различни видови поддржувачи.

Следи листа на можни акции кои можат да се преземат за поддршка на твојата кауза. Исто така, можеш да создадеш свои акции. Создавањето нови и оригинални акции е начин како да се одржи посветеноста на луѓето кон твојата кауза и да се зграпчи вниманието на медиумите и целта врз која се трудиш да извршиш притисок.

⁷ Коавтор на овој дел е Керол Дар (Carol Darr), поранешен директор на Институтот за политика, демократија и интернет на универзитетот Џорџ Вашингтон

⁸ “Poli-fluentials: The New Political Kingmakers,” достапно на www.ipdi.org/Publications/default.aspx

Потпиши е-петиција: еден од најбрзите и најлесните видови на акција е онлајн е-петицијата, бидејќи поддржувачот може да потпише петиција за неколку минути.

- ⊙ Бесплатна петиција можеш да направиш на www.thepetitionsite.com/create-online-petition или на www.ipetitions.com, а потоа постави врска до петицијата на твојот блог за застапување.
- ⊙ Организацијата за меѓународен дигитален активизам Авааз <www.avaaz.org> често користи онлајн-петиции во нивното застапување. Можеш да отидеш на нивната интернет-страница и да видиш неколку примери за фразеологијата која ја користат.
- ⊙ Кога ќе бидеш задоволен со бројот на потписи во твојата петиција, испечати ја и предади ја на лицето кое е цел на петицијата.
- ⊙ Доколку мислиш дека е безбедно, можеш дури да направиш видео од предавањето на петицијата на претставник на целта (или како се обидуваш да го сториш тоа), а потоа да го објавиш видеото на твојот блог за застапување.

→ **Пиши му на твојот политички претставник:** Потпишувањето на петицијата е еден од начините на кој луѓето можат да покажат дека ја поддржуваат твојата кауза. Сепак, често има поголемо влијание доколку побараш од луѓето да напишат писмо до политичарот кој е цел, отколку само да го напишат своето име во петиција.

- ⊙ Оваа акција бара повеќе време, затоа поверојатно е да постигнеш успех доколку побараш од твоите главни волонтери (види го следниот дел) да ја извршат оваа акција.
- ⊙ За кампања со пишување писма, мора да објавиш информација на твојата интернет-страница која ќе им помогне на луѓето да дознаат кој е нивниот локален претставник. Исто така, мораш да обезбедиш контакт информација за тоа каде може да се испрати писмото (идеално би било кога поддржувачите би биле во можност да го пратат нивното писмо по е-пошта, бидејќи тоа е полесно отколку да барате од нив писмото да го пратат по пошта).
- ⊙ При пишувањето писмо, битно е да им се даде на луѓето формуларно писмо кое ќе го направат по-лично или листа на точки, кои треба да се вклучат во нивното писмо за да се олесни и забрза процесот на пишување на писмо.
- ⊙ Воопшто, посебни писма засновани на точки се поефективни од формуларните писма, кога сите писма од поддржувачите се исти. Ова е поради тоа што е потребно повеќе време за да се напише оригинално писмо и со тоа е поефективен одразот на посветеноста кон каузата. Сепак, поверојатно е дека поддржувачите ќе испратат формуларно писмо бидејќи тоа одзема помалку време. Поддржувачите треба да добијат опција да испратат формуларно писмо, но со точки кои тие можат да ги искористат за да го направат по-лично писмото.
- ⊙ Исто така, можеш да направиш кампањи на телефонирање на твојот политички претставник, доколку имаш пристап до телефонските броеви на твоите политички претставници. Доколку твоите волонтери знаат како да користат Скајп (Skype), оваа акција дури може да се изведе на меѓународно ниво.

→ **Бојкотирај X производ:** Доколку твоја цел е некоја корпорација, размисли за бојкотирање на еден од нивните производи. Можеш да го објавиш бојкотот на твојот блог за застапување.

- ⊙ Еден начин за промовирање на бојкотот е создавањето блог-бецови кои изјавуваат „Јас го бојкотирам X“, кои другите блогери, кои се дел од бојкотот, ќе можат да ги објават на нивните блогови за да го покажат нивното учество во бојкотот и да го промовираат бојкотот кај нивните читатели.

→ **Потпишување на ветување:** За да се охрабрат луѓето да ја почитуваат посветеноста што ја изразиле кон твојата кампања, често е добра идеја да се потпишат на ветување или договор во кој се изјавува дека се посветиле на тоа.

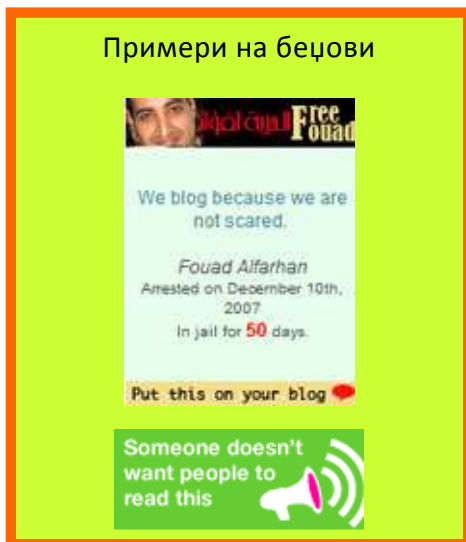
- ⊙ Интернет-страницата www.PledgeBank.org содржи многу ветувања кои можете да ги погледнете за да видите некои примери.
- ⊙ Потпишувањето на ветување има неколку намени:
 - Прво, ја зголемува веројатноста дека луѓето ќе се придржуваат до нивната посветеност, бидејќи направиле формална декларација за посветеност.
 - Второ, можеш да ги собереш имињата на сите луѓе кои ветиле (со нивно одобрение, се разбира) и да ги

ставиш на список кој ќе го предадеш на целта на твојата акција, слично како што би предал петиција.

→ **Организирај офлајн-акција:** Блоговите за застапување се добри за организирање офлајн-акции, како протестни собири или настани каде што припадници на јавноста доаѓаат да научат нешто за твојата кауза.

- ⊙ Можеш да промовираш офлајн-акција со тоа што ќе ја објавиш на твојот блог и ќе им испратиш писма на твоите контакти.
- ⊙ Повеќето офлајн-акции се локални. На пример, студентите во Чиле во 2006 година користеа фотоблогови за да ја подигнат свеста за масовните протести со кои бараа поквалитетно образование.
- ⊙ Исто така, можеш да промовираш меѓународни офлајн-акции, како што стори кампањата Слобода за Карим, организирајќи собири во египетските амбасади низ светот со цел да се подигне свеста за апсењето на египетскиот блогер Абдел Карим Набил Сулиман.

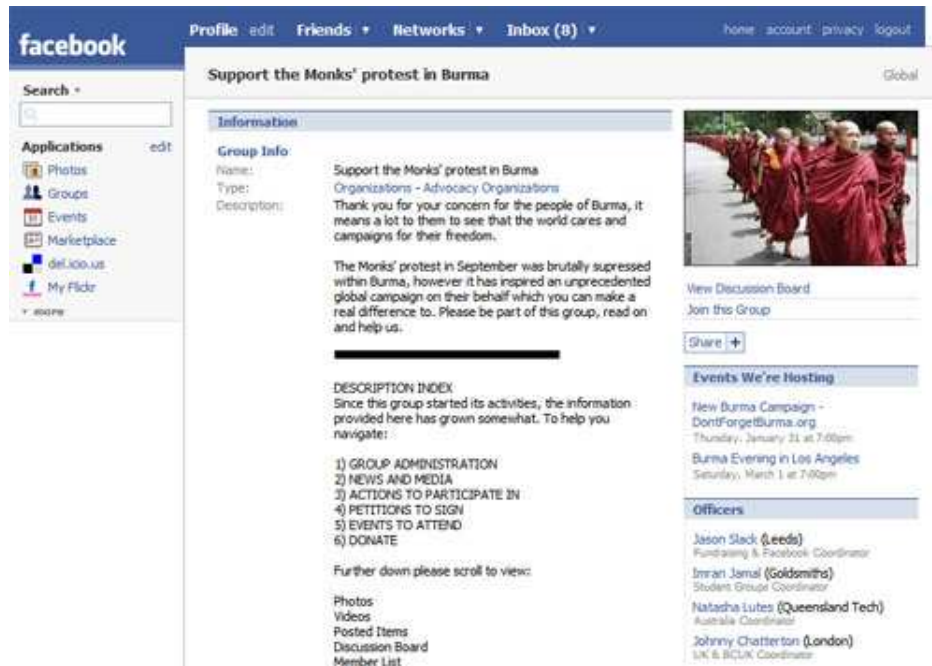
→ **Засилување на замолчениот говор:** Акциите на „засилување“ вклучуваат објавување говор кој бил замолчен, било преку отстранување содржина од интернет или со апсење активист.



- ⊙ Постојат некои акции кои се посебно добри за одредени групи волонтери и одредени каузи. На пример, засилувањето е најдобро насочено кон блогерите и најдобро искористено во случаи на цензура и апсење.
- ⊙ Водечка организација која користи засилување како техника на дигиталниот активизам беше Amnesty International, чија незапирлива кампања <<http://irrepressible.info>> бараше од блогерите да постават бецови на нивните блогови кои вртеа листа на цитати од онлајн-содржини кои биле цензурирани.
- ⊙ Потоа, кампањата Слобода за Монем создаде беџ кој вртеше цитати од уапсениот блогер Абдел Монем Махмуд. Кампањата Слобода за Фуад има сличен беџ <www.alfarhan.org/archives/175>.
- ⊙ Пораката на засилувањето е јасна: апсењето активист не го замолчува говорот на активистот, туку го засилува.

→ **Направи видлив знак (дисплеј):** Веќе ги споменав дисплеите во контекст на други акции, но би сакала да проговорам за нив во малку повеќе детали. Дисплеј е видлив знак кој ја покажува твојата лојалност кон некоја кауза.

- ⊙ Бецовите во блоговите за застапување како оние споменати во претходните два примера се примери на онлајн-дисплеи.
- ⊙ Блогот, исто така, може да се искористи за организирање видливи офлајн-знаци (дисплеи), како, на пример, да се побара од луѓето да носат црвено на одреден ден. Ова го сторија поддржувачите на бурманските собири за демократија во 2007 година. Тие користеа онлајн интернет-страници, фејсбук-група и блогови, за да побараат од луѓето да носат црвена облека на 21 септември, 2007 година. Побараа од луѓето да се фотографираат себеси како носат црвено и да ги стават фотографиите на бурманската фејсбук-група <<http://harvard.facebook.com/group.php?gid=24957770200>>.
- ⊙ Ставањето на интернет на офлајн-дисплеите е клучно. Офлајн-демонстрација ќе биде видена само од малку луѓе на одредена локација, но ако дисплејот го фотографираш или го снимаш на видео и тоа го објавиш на твојот блог за застапување, многу повеќе луѓе ќе можат да го видат и да станат свесни за твојата кауза.



Мобилизирај ја твојата заедница: Нека биде лесно

- Членовите на заедницата се волонтерите кои прават твојата акција да успее.
- Како што можеби забележа од примерите во претходниот дел, твојата цел е да се создадат акции за твојата волонтерска заедница да „го направи лесно“.
- Прифати дека волонтерите имаат ограничено време, затоа почитувај го тоа време правејќи ги акциите колку што е можно полесни и поразбирливи.

Колку е полесна една акција, толку повеќе луѓе ќе земат учество и толку поголем ќе биде успехот на кампањата.

- Гледај ја твојата заедница на волонтери како пирамида. Повеќето луѓе се нормални волонтери <црвено> и подготвени се да одделат малку време за твојата кауза. Многу помал број луѓе се главни волонтери <портокалово> кои се спремни да одвојат значително време. Само еден грст луѓе <зелено> ќе волонтираат за водечки улоги и ќе ти помогнат да ја спроведеш кампањата. Треба да имаш стратегија за работа со сите три групи.
- Клучот е во имањето акции на твојата страница „Вклучи се“, кои се за секое ниво на посветеност. Тогаш поддржувачот ќе може да ја одбере акцијата која најмногу му одговара.

Слика 2 : Заедницата на волонтери на твојот блог за застапување



- **Нормални волонтери** Повеќето членови на заедницата се зафатени луѓе. Секоја акција која ќе им ја предложиш, направи ја колку што е можно покуса. Ова е една од причините зошто е-петициите се толку популарни деновиве. Потребни се само 2 минути за да се потпишат. Јавувањето, праќањето е-пошта или СМС на политичар, исто така, може да биде брзо доколку обезбедиш контакт-информации. За блогери, барањето од блогерите на нивниот блог да објават беџ со кој се промовира твојата кауза е брза и лесна акција. Тоа е дигитален еквивалент на лепењето, а налепница на браник на автомобил!
- **Главни волонтери** Од малиот број „главни“ волонтери кои се навистина посветени, можеш да побараш да извршат покомплицирани акции, но правилото „нека биде лесно“ сè уште важи. Доколку организираат настан како собир, дај им листа на работи кои треба да се направат за полесно планирање на настанот. И секогаш биди подготвен лично да ги водиш и поддржуваш. Запомни, нивната работа ù помага на успешноста на твојата кампања.
- **Раководен тим** Раководниот тим е тука за да ти помогне со стратегијата и со дневните задачи потребни за да се направи твојата кампања ефективна. Ти ќе имаш придобивки од нивната стручност ако ги слушаш и се консултираш со нив. Доколку само им наредуваш, тие едноставно ќе престанат да те слушаат и твојата кампања ќе страда.

5.

Биди безбеден

Застапувањето често вклучува и заземање непопуларни и контроверзни позиции и критикување на моќни луѓе, особено членови на Владата. Ако мислите дека заради материјалот на твојот блог за застапување можеш да западнеш во неволји, размисли за анонимно блогирање.

Анонимното блогирање спречува она што го кажуваш на твојот блог да има влијание врз твојата работа, твојата приватност и твојата безбедност. Постојат неколку начини да се одржи твојата анонимност за време на блогирањето.

1. Не користи лични информации на блогот, како што се твоето име, вработувач, училиште или град во кој живееш.
2. Користи псевдоним или не користи име воопшто.
3. Никогаш не објавувај твоја фотографија на твојот блог.
4. Не користи платено блогирање или е-пошта. Информацијата за плаќањето може да се искористи за да се пронајде твојот идентитет.
5. Отвори сметка за е-пошта, користејќи лажни информации (не користи го твоето вистинско име, адреса итн.)
6. Користи различни компјутери за да објавуваш на твојот блог за да не може да се поврзе твојот блог со само една ИП адреса (единствена серија броеви поврзани со секој компјутер на интернет). Идентификувањето на компјутерот од кој биле објавени постовите е само еден чекор кон твоето идентификување.
7. Користи „прокси сервер“ за пребарување на интернет (ова ја крие твојата ИП адреса).
8. За да достигнеш максимална безбедност, побарај од пријател кој е во послободна земја да го води блогот за застапување за вас, праќајќи му ги потребните информации преку анонимна адреса за е-пошта. (види #5).
9. Глобал војсис адвокати (Global Voices Advocacy) препорачува да го користите Тор прокси серверот и блог-платформата на Wordpress.

Ова е само кус вовед во онлајн-безбедноста, за подетални информации и детални инструкции за тоа како да се користат технологиите споменати во списокот, консултирај ги следниве водичи:

- Наслов: „Анонимно блогирање со Вордпрес и Тор“ (Wordpress and Tor)
Објавено од: Глобал војсис адвокати (2007)
Преземање: <http://advocacy.globalvoicesonline.org/tools/guide/>
- Наслов: Прирачник за блогери и сајбер-дисиденти“
Објавено од: Репортери без граници (2005)
Преземање: http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf



Крај

← Сега излезете и сменете го светот! →