

PËRMBAJTJA

1. Ç'ËSHTË BLOGU

Ç'është në të vërtetë blogu?
Disa karakteristika kryesore (boksi)
Blogosfera
Bloget – paraardhëse e medimeve të reja
Llojet e blogeve

2. HISTORIATI

Bloget e para në botë
Bloget maqedonase

3. SI BËHET BLOGU

Zgjedhja e blog-servisit
Të shkruarit e posteve
Edhe disa këshilla
Gjashtë pika të etikës blogeristike (boksi)
Terminologjia blogeristike
Çfarë të bëj që blogun ta kem në Gulg (boksi)
Kopirjati i pjesërishëm Krijtjiv Komons (boksi)
Udhëzim për ftesë të blogeristëve (boksi)

4. Vegla të ndryshme për blogim (kjo është tabela)

5. E ardhëshmjia e blogimit
Çfarë na pret? (DB)

6. Shtojcat

Bloget e korporacioneve të mëdha
CITATET
Bloget më të njohura botëre
Bloget më atraktive maqedonase

Bloget e përmendura në tekst (një lloj bibliografie)
(në mënyrë plotësuese do të dorëzoj DB)

Ç'është në të vërtetë blogu?

Nuk ekziston definicion universal për bloget. Fjala „blog” në të vërtetë është shkurtesë e termit „*web log*”, por rrallë prej atyre të cilët merren me blogertari e dinë që çka në të vërtetë do të thotë ajo. Eksertët sqarojnë se „*web log*” në të vërtetë është ndonjë pjesë e programit i cili incizon gjithçka që punon serveri: kush është qasur, kush çka kërkon e tjera, jo interesante për blogeristët, përveç atyre të cilët kanë zgjedhur të blogerojnë për teknologjinë.

Eja të shkojmë prej fillimit. Në fillim ai ka qenë vendi në të cilin brogeristi i ka paraqitur figurat të cilat atij ju kanë dukur interesante. Por prej atëherë shumë gjëra janë ndryshuar, edhe pse nuk kanë kaluar as edhe 10 vite.

Meg Horihan (Meg Hourihan), njëri ndër brogleristët e parë, ka vërejtur se botëkuptimet e ndryshme për atë se çka janë bloget rezultojnë me ide të ndryshme rreth definicionit të tyre. Prej vërtetimit se bloget janë mëditje personale të plotësuar me trivialitete (veçanti të pavlershme) nga jeta e përditshme, deri te pohimi se bloget janë reaksion i së djathtës si përgjigje e establishmentit medial të liberalëve (kuptohet, në Amerikë). Së këndejmi, nuk ekziston definicion standard për blogun. Shumë autorë përpiqen që në tekstet e tyre të japin sa është e mundur definicion më të saktë, por gjithsesi duhet pasur parasysh se ky tip i mediumit ende është i ri dhe në fazën kur intensivisht zhvillohet, por prandaj shumë njerëz edhe nuk mundohen ta mashtrojnë onlajn-formën në ndonjë definicion.

Gjithsesi, derisa nuk mundohemi ta definojmë atë, nënkuptohet se e injorojmë. Mu për këtë definicionet më të përgjithësuara janë ato të cilat janë edhe të papranueshme.

Brixhit Iton (Brigitte Eaton) blogun e definoi si internet-stacion i cili përmban një sërë futjesh të caktuar të datave, onlajn-ditar personal i cili është i kapshëm për të gjithë të cilët dëshirojnë ta lexojnë.

Definicioni për bloget ndryshohet në mënyrë kronologjike. Themeluesit, ose thënë më mirë pionierët e këtij mediumi, internet-stacionet e veta, të cilat atëherë ende nuk kanë qenë shumë të njohura, i kanë përshkruar si stacione me linke. Kur Jorn Berger (Jorn Berger), autor i Robot Robot Wisdom, njëri ndër bloget origjinale, në vitin 1997 e ka krijuar termin „weblog”, ai e ka definuar si „internet-stacion ku blogeristi i logon të gjitha stacionet e tjera të cilat konsideron se janë interesante”. Xhon Hiler (John Hiler) e përshkruan blogun format tipik si link+citat+koment. „Bloget origjinale ishin sajte plot me linke. Secili prej tyre ishte kombinim i proporcioneve të vetme të linkeve, komenteve, mendimeve dhe eseve personale” – thotë Rebeka Blad, njëra ndër blogeristet më të dalluara.

Mund të vërehet se blogjet janë të lidhura ngushtë me qëndrimet, interesat dhe reaksionet e individëve të caktuar. Mu për shkak të veçorive individuale të cilat vërehen si onlajn, në një pjesë të definicioneve të blogjeve shihet si në një lloj të ri të zhvilluar të ditarit personal. Por, në qoftë se e pranojmë këtë, atëherë ndryshohet definicioni tradicional për atë se ç'është ditari, pse këtu bëhet fjalë për shpalljen e paramendimeve dhe qëndrimeve personale para publikut global. Kjo do të paraqiste se mediumi i cili zakonisht është kuptuar si i vetmuar, individual, ka evoluar në model të sofistikuar dykahësh i cili nxit komentet dhe lidhjen kthyesë.

Botëkuptimi i blogjeve fillon shpejt të ndryshohet pas 11 shtatorit dhe sulmit ushtarak të Irakut nga ana e Amerikës. Prej atëherë blogjet marrin dimension të ri i cili nënkupton internet-zhurnal i cili i komenton gazetat, shpesh në tone të ashpra duke i kritikuar mediumet dhe përmban figura nga storjet të cilat e përkrahin karakterin e paraqitur. Eksperti për onlajn-lajme dhe njëri ndër pionierët e blogut (Steve Outing) blogjet i quan si formë e re e të shkruarit të kolumneve.

Me parqitjen dhe zhvillimin e serviseve të cilat ofrojnë kreacion gratis të blogjeve, e posaçërisht me inkorporimin e blogjeve në internet-slajdet komerciale, blogjet përjetojnë ekspansion shumë të madh. Së këndejmi disa definicione thonë se blogjet janë faqe të bëra me softver për blogje, edhe pse një pjesë e tyre, posaçërisht ato të parat kanë qenë të përpiluara me dorë.

Duket e hatashme, por që të hapësh blog dhe të blogosh nuk është asgjë më e komplikuar prej asaj që të hapësh i-mejl dhe të shkruhesh me shokët. Blogimi mund të definohet dhe në atë mënyrë është një shkrim publik me lexuesit. Ti ju shkruan, ata komentojnë, ti jua kthen...

Për dallim nga një pjesë e madhe e sajteve të vendosura në rrjet, blogjet vizituesve u orfrojnë mundësi për të paraqitur komente. Me atë këto kënde virtuale personale ngriten edhe në forma, vende për diskutime. Në këtë mënyrë formohen edhe „shoqëri” nga vizituesit dhe diskutuesit më të shpeshtë, të cilët i shkëmbejnë idetë, njohuritë dhe përvojat. Forma mbetet e hapur.

Disa në blogun shikojnë redaksi gazetareske të përbërë nga një njeri. Blogeristi për ta është edhe gazetar, edhe redaktor, edhe fotoreporter, edhe redaktor i fotografisë alfa dhe omega. Domethënë, ekziston liri e pakufizuar e të shprehurit dhe prandaj mund të thuhet se blogjet përfaqësojnë mjetin për anarkizim dhe bashkësi globale. Ka lektorë dhe korrektorë, në të vërtetë blogeristëve ata nuk u nevojiten. Pjesa më e madhe e tyre kur shkruan nuk shfrytëzon rregulla. Tekstet blogeriste (të ashtuquajtura poste) janë të drejtëpërdrejta dhe rrallë ndonjë blogerist do të pajtohet që t'i persifikojë shkuesit.

Gjithësi, si edhe të jenë bërë dhe kush edhe t'i posedojë blogjet, ato gjithmonë kanë diç të përbashkët. Kjo është struktura e tyre. Së këndejmi definicion më i pranueshëm nuk është ai i cili e përcakton blogun sipas përmbajtjes, pamjes, qëndrimit të vet të plotësimit, por ai i cili i merr parasysh elementet kryesore

strukturale. Renditja përpunuese kronologjike, tekstet jo të filtruara (të stilit joformal), komentet, blogroli, arkiva, permalniku dhe tragbeku. Disa autorë si elemente kryesore dhe të domosdoshme e theksojnë renditjen përpunuese kronologjike, tekstet dhe komentet e pafiltruara, por gjithsesi me zhvillimin e blogeve përfshirja e tyre në meinstrum mediumet dhe përdorimi gjithnjë më i madh i PR qëllimeve, shumë rrallë këto tri elemente mund të hasen së bashku, posaçërisht këtu mendohet në komentet. Prandaj mund të shtohet: derisa një faqe i posedon të dy elementet dhe minimum një nga ato të tjerat, atëherë mund të bëhet fjalë për blogun.

Të gjitha definicioneve për bloget duhet t'i qasemi me dozë të rezervimit, sepse ato janë forma ose medium të cilat ende zhvillohen me shpejtësi shumë të madhe. Ose siç thekson Xhef Xhervis (Jeff Jarvis) pse në përgjithësi ka nevojë për të definuar blogun? Cili ka tentuar të definojë TV ose radio, ose libër, ose telefon?

Disa karakteristika kryesore (BOKS-KORNIZA)

- * Te bloget identiteti kryesisht krijohet nëpërmjet përmbajtjes.
- * Kur blogeristët krijojnë një përmbajtje të re, ata në të vërtetë e krijojnë përshtypjen në vete, shpesh jo haptazi por në mënyrë individuale, duke shtuar nga ndonjë qëndrim të vetin për çdo temë të shpallur.
- * Blog-postet tentojnë të shkaktjnë dialog, i cili duhet të krijohet me të treguar ose link ose me qëndrim personal për blogeristin paraqet pikë për diskutim të hapur, e jo rumbullaksim të tërësishëm të temës së parashtruar.
- * Ajo që i bën bloget të ndryshme në prezantimin e personalitetit është kombinimi i shpeshimit, momentit dhe hapjes.
- * Bloget me formatin e tyre mundësojnë parakusht për vizitë të sërishme, me rivendosje të përhershme të blog-postit të fundit në vend të njëjtë, në majën e faqes.
- * Blog-postet janë të shkurtëra, joformale, nganjëherë kontraverse, e nganjëherë edhe shumë personale, pa marrë parasysh se me çfarë temë kanë të bëjnë.

Blogosfera

Ajo sipas të cilës bloget dallohen nga veb mediumet e mëparshme në të vërtetë është karakteristika e tyre shoqërore/sociale. Lirisht mund të themi se bloget u bënë medime në momentin kur grupi i internet autorëve e kanë njohur veten si bashkësi.

Termin blogosferë (blogosphere) – blog-bashkësi e ka dhënë Vilijam Kuik (William Quick), kurse i përfaqëson bloget si rrjet social.

Bolosfera në të vërtetë është një pjesë e tërë rrëfimit për bloget. Derisa dëshirojmë t'i kuptojmë bloget, në të vërtetë duhet ta kuptojmë blog-bashkësinë. Bloget vetë në vete janë vetëm me format, kurse blog-bashkësia paraqet fenomenin shoqëror. Në të kaluarën kanë ekzistuar shumë tentime për krijimin e „softverit shoqëror” (social software), bloget, d.m.th. blogosfera është shembulli i parë i suksesshëm i cili nuk ishte krijuar prej dikujt, por paraqet fenomen shoqëror i cili rrjedh.

Lidhshmëria e kësaj bashkësie krijohet me ndihmën e linkeve. Mu ato sipas një numri të madh të autorëve paraqesin pjesën qenësore nga i tërë formati. Me ndihmën e tyre blogeristët ndërlidhen midis tyre, përkrahen, rekomandojnë e mu me ato formatojnë një sistem i cili gjatë viteve të fundit shkakton ndryshime të mëdha në ekosistemin botëror të medimeve. Blog-bashkësia ekziston si e tillë, sepse secili individ që paraqitet është i lidhur me të gjitha lidhjet e ndryshme shoqërore të publikut lexues.

Bloget synojnë të bashkohen në grupe kalaveshe. Këto kalavesha formohen në dy mënyra. Njëri është quajtur „lidhje graduale” (gradual liking) dhe ndodh onlajni nëpërmjet ekzistencës së kontinuar të linkeve të reja të blogeve, kurse i dyti zhvillohet jashtë onlajn bashkësisë dhe zhvillohet nëpërmjet kontakteve personale dhe profesionale.

Në blogbashkësinë më të gjerë kalaveshi i tillë më i njohur paraqet të ashtuquajturën A-listë. Kjo listë është e përbërë nga njerëzit të cilët kanë qenë pionierë të ndërtimit të blogeve, disa prej tyre madje janë krijuar të zgjidhjeve shumë të popullarizuara të softvereve, e në disa raste ata janë njerëz të cilët jashtë orlajn-lëvizjes më parë kanë pasur të formuar ndonjë bashkësi.

Në strukturën gjysmësociale të blogeve lidhjet në të vërtetë paraqesin masë të popullaritetit, e kjo nga ana e vet është masë edhe për cilësinë e blogeve.

Me hulumtimin e titulluar „Santa e akullt e blogimit” nga Perseus Development Kompani (Perseus Development Company, The Blogging Iceberg, 2003) është konstatuar se dy të tretat e blogeve të krijuara nëpërmjet serviseve të hostizuara qendrore nuk janë përtëritur më shumë se dy muaj. Këto bloge konsiderohen si të braktisura. Një pjesë shumë e madhe e këtyre blogeve kanë paraqitur „çudi për tri ditë”, ishin krijuar, kanë pasur një post dhe prej atëherë nuk ishin përtëritur. Prej tyre, por edhe prej të dhënave të tjera të cilat i kanë përfituar Perseus Development Kompani, mund të konstatohet se „blogu tipik” është krijuar nga „tenejxherja e cila e shfrytëzon blogun e vet dy herë në ditë për t'i lajmëruar shoqet dhe pjesëmarrëset e saja për ngjarjet e reja në jetën e saj”.

Për ata të cilët dëshirojnë ta hulumtojnë blog-bashkësinë si bashkësi shoqërore, rezultati i këtij hulumtimi ndikon në mënyrë joinkurajuese. Por kjo gjithsesi nuk e turbullon shfaqjen e shpërndarë gjerë për blog-bashkësinë multinacionale, ose për përpjekjen dhe qëndresën e identitetit të blogeristëve.

Në bazën e blog-bashkësisë qëndron një grup i vogël i blogeristëve aktivë të cilët komentojnë dhe ndërliqhen shumë shpesh, duke krijuar bërthamë të bashkësisë konverze të themeluar ndaj lidhshmërisë personale të realizuar nëpërmjet veglave blogeriste dhe teknologjive të tyre shoqëruese. Mu kjo kushtimisht thënë bashkësi e vogël është ajo e cila e formon pamjen botërore për bloget si medium i ri. Sido qoftë, për t'u kuptuar blog-bashkësia si tërësi, pajtjetër ndaras duhet shqyrtuar dallimet dhe karakteristikat e secilit prej grupeve dhe formave të ndryshme të blogimit.

Bloget – paraardhëse të medimeve të reja

„Mediumet elektronike synojnë kah bashkimi i sferave publike dhe private të jetesës, e si rezultat i kësaj e turbullojnë vijën ndarëse ndërmjet sjelljes private dhe publike – thotë Xhoshua Merovic (Joshua Matowitz). Mu ky dallim bëhet gjithmë më i padiktueshëm me tolerancë gjithnjë më të madhe të shoqërisë kah teknologjitë e reja. Bloget paraqesin teknologjinë e re të pranueshme e cila e sjell komunikimin e hapur dykahësh. Meqenëse nënrenditja e blog-posteve është e përcaktuar në mënyrë të kundërt-kronologjike dhe datumore, lexuesi mund të presë që ai të jetë i ripërtëritur rregullisht. Me vendosjen e postës sonë elektronike të faqeve, ose me inkuardimin e mundësisë që lexuesi të komentojë drejtëpërdrejt në blog-postin, lejojmë që lexuesit të inkuadrohen në konverzacionin, duke krijuar kanal të komunikimit në kohën reale ndërmjet autorit të parë të blogut (krijuesit) dhe autorëve të tyre sekondarë (lexuesve të cilët komentojnë).

Mediumet tradicionale (masive) janë në pronë të korporacionit. Ju nuk mund të merrni pjesë në to. Ata u drejtohen publikut. Bloget dallohen, ato u drejtohen publikut. Publiku është pasiv, kurse opinioni aktiv (merr pjesë). Bloget janë mu ai medium i cili është publik për nga natyra. Shumë individë thonë se përparësia e blegeve është se i zgjerojnë mendimet dhe qëndrimet e njerëzve, por gjithsesi duket se përparësia kryesore është fakti se ato (bloget) lejojnë ose mundësojnë që çdonjëri prej tyre të shpallin lajm.

Një numër i madh gazetarësh të cilët kanë punuar në mediumet tradicionale, por të cilët ende punojnë, vendosin bloget. Njëri prej tyre është Glen Fleshmen (Glenn Fleishman), gazetar me honorar në Sietël Tajms (The Seattle Times) dhe blogerist. Ai i përshkruan vlerat e blogimit në krahasim me shkrimin e medimeve të shtypura:

„Kur shkruaj për publikun masiv nuk kam pasqyrë të qartë sa njerëz në të vërtetë e lexojnë tekstin tim. Kur blogoj mund ta përcjell statistikën. Fjalët e mia në shtyp janë vetëm disa prej dhjetëra mijë publikimeve të tjera të zakonshme. Si gazetar në gazetë e di se prek te publiku më i gjerë, por nuk fiton efekt kthues. Në blog jo vetëm blogu im është vetëm imi, por fjalët e mia ekzistojnë në arkivat e zakonshme të cilat janë më të përafërta dhe të indeksuara më mirë nga përpunuesit në krahasim me bazat e të dhënave të cilat i posedojnë orlajn versionet e publikimeve të shtypura”.

Edhe një përparësi e blogirimit është gjatësia e tekstit të publikuar. Blog-posti e liron shkrimtarin nga kufizimi i lidhur me numrin e fjalëve. Këtu nuk ekziston kornizë kohore, as edhe hapësirë e kufizuar fizike në të cilën duhet të zërë dy ose tre kolona. Gjithashtu, blogjet mund të ndihmojnë edhe në procesin e afirmimit të fillestarëve, pa dallim a bëhet fjalë për gazetarë, shkrimtarë kolumnistë ose thjeshtë lexues të cilët dëshirojnë ta tregojnë qëndrimin e tyre. Ato mund të shërbejnë për publikimin e tekstit i cili nuk do ta tejkalojë seleksionin e redaktorit lokal dhe në një mënyrë të lehtë të mundësojë secili ta prezantojë parashikimin e vet.

Publiku botëror në disa vitet e fundit ka bërë diskutime të zbrazëta prej të cilave janë veçuar disa pyetje në relacionin bloge – medime tradicionale.

- Së pari, vallë blogjet në mënyrë të dukshme do t'i ndryshojnë medimet? Në qoftë se shikojmë përreth, para së gjithash në Amerikë dhe në disa vende të Europës Perëndimore, e në kohë të fundit edhe në Maqedoni, do të shohim se kjo tanimë po ndodh. Ndodh që gazetatat të citojnë bloge të njohura, ta korrigjojnë qëndrimin e tyre dhe kjo mu pas reksionit të blogeristëve. Ndoshta ata nuk do të ishin gjykues për t'u ndryshuar qëndrimi, por gjithsesi kanë ndihmuar në aktualizimin e temave të caktuara. Këtu ndërlidhet pyetja e dytë.
- Vallë blogeristët do të kenë sukses ta gërryjnë forcën e medimeve korporacistike dhe politikën e tyre redaktuese?

Endrju Salivan (Andrew Syllivan), njëri nga blogeristët udhëheqës, në këtë pyetje përgjigjet me jo-në kategorike. Tezat për zhdukjen e medimeve të vjetra deri tash nuk janë treguar të sakta. Prandaj as edhe në këtë rast kjo nuk pritej. Blogjet nuk i zëvendësojnë meinstrum-medimet. Përkundrazi, ato i plotësojnë, i përkrahin dhe infiltrohen në to. Instituti i teknologjisë nga Masaçusets në zhurnalin e vet Tehnoloxhi Revju (Technology Review) situatën e vë në kornizë tjetër. Thotë: „Publikimi i temave të caktuara do t'i vërë të njëjtat në agjendën kombëtare dhe do t'i definojë vlerat kryesore; blogeristët do të vënë ato tema në korniza tjera për secilin publik veç e veç dhe do të kujdesen që të gjithë të fitojnë shansë që të dëgohen. Në vend që të jenë rivalë të medimeve tradicionale, blogjet i plotësojnë. Ato asnjëherë nuk do ta zëvendësojnë gazetarinë konvencionale, sepse ato në bazë janë të ndryshme. Për dallim nga medimet e

tjera bloget profitojnë nga reaksioni qasës dhe momental, por mu këto cilësi njëkohësisht janë armiqtë më të mëdhenj të këtij mediumi.

Zhvillimi i blogeve dhe blogosferës si bazë e zhvillimit të një koncepti të plotë të ri në eko-sistemin e mediumeve, ajo është gazetaria qytetare (citizen journalism). Ato ishin fillimi dhe ende janë forca kryesore lëvizëse e këtij tipi të mediumit (mediumeve qytetare/shoqërore – citizen/social media). Në botë pas definimit të qartë të karakteristikave kryesore të këtij tipi të gazetarisë kanë filluar të krijohen internet-sajte lokale dhe rajonale të cilat plotësohen me informata mu nga qytetarët. Në vendet e zhvilluara (para së gjithash në Amerikë) gati secila bashkësi lokale ka nga një sajt të tillë ku për çdo ditë mund të gjenden dhe të veçohen storjet aktuale nga rrethina më e afërt.

Siç theksuam më parë, blogosfera gjithashtu ka shërbyer edhe për zhvillimin e softverit shoqëror. Sot ekzistojnë shumë platforma të ndryshme softverike të cilat mundësojnë në mënyrë më të zakonshme që të ndani një pjesë nga jeta e juaj, një pjesë nga librat e juaja të adhuruara, nga linket, fortorafitë, nga incizimet video dhe audio me pjesën tjetër të botës. Mu ky softver mundëson formim të bashkësive të reja sipas bazave shumë të dallueshme.

Bloget janë temë e cila shumë shpejt zhvillohet dhe çdo ditë fiton shumë forma dhe karakteristika të reja. Si konkludim do të sillja një version të cilin e përshkruan Den Gilmore (Dan Gilmore). Ai thotë:

„Një ditë së shpejti do të ketë një ngjarje të madhe në Japoni për të cilën vlen edhe të publikohet dhe në atë mënyrë do të incizohen 400 fotografi në minutën e parë me aparate mobile të cilat kanë kamerë dhe do të ketë 400 prespektiva vizuale nga ajo ngjarje drejtëpërdrejt nga publiku”.

Mu një efekt të tillë krijojnë bloget në botën e infomacioneve. Ato së bashku me mediumet tradicionale, do t'i mbulojnë lajmet më gjerë dhe nga prespektiva të ndryshme.

1.5 Llojet e blogeve

Askush nuk ka tentuar madje edhe mund të tentojë t'i grupojë bloget. Deri tash është bërë e qartë se ato janë aq të ndryshme që praktikisht nuk ekziston një kriter sipas të cilit të gjitha mund të renditen në dofarë grupesh.

Bloget mund të tentojmë t'i klasifikojmë sipas përmbajtjes, sipas gjuhës, sipas servisit, sipas pjesës teknike, sipas publikut, sipas mënyrës së përdorimit të tyre etj. dhe përsëri të mos mund t'i futim të gjitha në ndonjë kornizë. Mu për këtë kemi vendosur të përshkruajmë disa lloje karakteristike të blogeve pa ndërhyrë sipas cilës bazë ato janë klasifikuar.

Blogu kolaborativ – Ato janë blege në të cilat ekziston më shumë se një autor. Këto blege shpesh janë të lidhura me ndonjë temë konkrete. Tipi i tillë më i

njohur është MetaFilter. NBA blogu maqedonas (maknba) dhe Plagij.at janë bloget më reprezentative në blog-bashkësinë lokale.

Blogu për ngjarje konkrete (Event blog) – Blog i krijuar në kohë të caktuar i cili shërben për mbulimin e ndonjë ngjarjeje konkrete (për shembull, ndonjë konferencë). Këto bloge shpesh janë komerciale sipas natyrës së tyre.

Blogu personal (journal blog, personal blog) – Ky është lloji më i përhapur i blogeve. Në bazë ai përdoret si ditar personal në të cilin autori i përshkruan përvojat e veta personale. Ky lloj i blogeve posaçërisht është i popullarizuar te tinejxherët. Numri më i madh i këtyre blogeve ka vizita shumë të vogla.

Moblogu (moblog) – Blog të cilin autori e ripërtrin me ndihmën e ndonjë aparati mobil, shpesh telefon mobil me kamerë. Mobloget shpesh janë të orjentuara kah publikimi i fotografive, e jo kah teksti, edhe pse kjo gjithmonë nuk është rregull.

Blogu edukativ – Këto janë bloge të cilat përdoren në arsim për komunikim dhe komentim ndërmjet profesorëve dhe nxënësve. Kjo mënyrë e komunikimit ka shumë përparësi: nxënësi shumë lehtë mund ta plotësojë atë që e ka lëshuar në orë, profesori mund ta shfrytëzojë blogun si plan për punë dhe blogu mund të shërbejë si referencë për njësinë mësimore të cilën e ka kaluar ajo gjeneratë. Bloget prej ditës në ditë gjejnë përdorim të shumëllojshëm, shumë të dobishme në procesin e arsimimit. Shembuj të tillë janë të njohur edhe në blog-bashkësinë maqedonase midis profesorëve dhe nxënësve nga gjimnazi Nova në Shkup.

Foto blogu (photo blog) – Blog i cili në masë të madhe përmban fotografi ose ato janë përmbajtja e tyre kryesore. Në blog-bashkësinë maqedonase shembuj tipikë janë bloget Foto Soulz dhe Photographic DIARY.

Blogu me dedikim PR (raportet me publikun) (PR blog) – Shesh të poseduara nga biznes kompanitë të krijuara me qëllim që të vihet lidhja e drejtëpërdrejtë me konsumatorët e fundit. Këto bloge shpesh përdoren për testim të publikut kur do të duhet të prezantohet ndonjë prodhim i ri.

Biznes blogu (business blog) – Ekzistojnë dy komentime të biznes blogeve. Së pari ka të bëjë me bloget, temat e të cilave janë të ndërlidhura me botën afariste, e këto shpesh janë të përmbajtura nga vetë kompanitë si pjesë e detyrave të tyre punuese. Komentimi i dytë ka të bëjë me bloget të cilat kanë përdorim të jashtëzakonshëm intern në një kompani. Ato përdoren si sistem intern komunikativ (për shembull, për projekte konkrete) ose si sistem përfundimtar efektiv knowledge management systems.

HISTORIATI

Bloget e para në botë

Historia e blogeve blogun e parë ia përshkruan Xhastin Holit (Justin Hall). Pas fillimit të ngadalshëm bloget kanë filluar të bëhen të popullarizuara me paraqitjen e blog-servistit të parë. Ksanga, Open Dajari, Pitas (Xanga, Open Dairy, Pitas) janë serviset e para me të cilat ka mundur të krijohet blogu vetanak. Në janar të vitit 1999 Xhesi Xhejms Garet (Jessy James Garrett) me ndihmën e mikut të tij Kameron Baret (Cameron Barrett), pronar i stacionit të popullarizuar Camworld, e ka publikuar tekstin „Anatomia e veblogut” (Anatomy of the weblog). Nëpërmjet përgjigjeve dhe komenteve të tekstit të tij, Garet pati sukses të evidentojë 23 bloge ekzistuese dhe e ka shënuar krijimin e blogosferës. Në atë kohë, sipas deklaratave të blogeristëve, ka qenë lehtë të shikohen dhe për një ditë të lexohen të gjitha bloget, por me paraqitjen e serviseve tjera (Blogger, Drupal, Movable Type, WordPress) blog-bashkësia ka filluar të formësohet dhe të pasurohet shumë më shpejt.

Për të kaluarën dhe zanafillën e blogeve flet edhe Rebeka Blad:

Konsideroj se atë që e bëjmë është interesante dhe me rëndësi, e prandaj edhe kemi vazhduar. I kemi theksuar postimet e tjera interesante të blogeve tjera, zakonisht duke e dhënë mendimin tonë. I kemi përkrahur blogeristët e tjerë kur ata do të gjenin ndonjë link interesant dhe e publikonim në bloget tona. Kritikuesit na kanë quajtur incestoidë, sepse shumë shpesh jemi ndërlidhur njëri me tjetrin. Por në këtë mënyrë i kemi zvogëluar lidhjet të cilat çonin kah kanalet e mëdha (broadcasting) dhe në mënyrë ishtiktive e kemi përforcuar zërin tonë duke i orjentuar njërin kah tjetri.

Disa prej nesh mendonin se nëpërmjet seleksionimit të kujdesshëm dhe përcaktimit të figurave, bloget kanë mundur të shndërrohen në formë të re të mdiumit të cilat i vë në një vend të gjitha informatat nga burimet e ndryshme, duke i zbuluar prirjet e medimeve, e me atë ndoshta edhe duke bërë ndikim ndaj publikut. Vizion të cilin unë e kam quajtur „participatory medi” - medime aktive (participative).

Bloget kanë filluar të zënë vendin e tyre edhe në medimet tradicionale.

Magazinat Tajm, Tajms, Vajdr, Gardian (Time, The Times, Wired, The Guardian) dhe shumë të tjera, lajmërojnë për bloget dhe blog-bashkësitë. Në numrin më të madh të teksteve bloget ishin shpallur si pjesë e rëndësishme e së ardhmes. Promovimi më i madh, por njëkohësisht edhe periudhë kur i tërë opinioni bloget i ka kuptuar seriozisht, si nga aspekti i medimeve ashtu edhe nga aspekti financiar, ishte momenti kur Gugl (Google) shpalli se e blen servisin Bloger (Blogger). Kjo shitje shumicën në onlajn-bashkësinë e kanë kuptuar si shenjë se bloget bëhen meinstrim medime.

Sot ekzistojnë shumë internet-servise në të cilat vetëm me disa klikime secili mund të krijojë blogun e vet. Përveç këtyre të cilat janë orjentuar kah publiku global (blogeer, xanga, livrjournal, myspace, wordpress), nëpër botë shumë të popullarizuara janë edhe blog-serviset lokale ose rajonale të cilat janë të lidhura në një shtet, në një gjuhë ose në një temë. E kështu, përveç blogeve franceze, suedeze, kineze, japoneze për ne mjaft interesante janë edhe bloget kroate (blog.hr, mojblog.hr), boshnjake (blogger.ba, blog.ba), serbe (mojblog.co.yu) dhe gjithsesi edhe Bogeraji maqedona. Sot askush nuk është në gjendje ta shpallë numrin e saktë të blogeve në botë, sepse për çdo ditë krijohen dhe shlyhen me mijëra. Por, gjithsesi, pas ekspansionit enorm, shikuar nga perspektiva e sotshme kah e kaluara, mund të konstatojmë se bloget njëkohësisht kanë qenë filtra të internetit, të cilat përnjëherë bëhen konfuze, njëlloj si edhe vetë interneti. Gjithsesi, kjo nuk do të thotë se nuk ka blogje cilësore dhe të vlershme që meritojnë qasje më serioze.

Bloget maqedonase

Historia e blogeve maqedonase fillon në vitin 2001 kur në të vërtetë është krijuar blogu i Anisë. Ajo është maqedonase me prejardhje nga qyteti i Manastirit e cila jeton dhe punon në Poloni. Ngase në atë kohë nuk ka pasur as gjurmë as zë nga blog-bashkësia maqedonase, Ania postet e veta i ka shkruar në gjuhën angleze. Më vonë në vitin 2003 janë paraqitur edhe disa blegeristë maqedonas të cilët një kohë të gjatë ndërmjet veti nuk janë njohur. Vala e parë prej nja dhjetë blogerësh të krijuar më së shumti në Blogger (blogger.com) ndodh në mesin e vitit 2004, që më vonë gjatë vitit 2005 të paraqiten më shumë se 100 blegeristë prej të cilëve shumica janë në këtë servis të njëjtë. Paralelisht blogeristët maqedonas kanë filluar t'i shfrytëzojnë edhe serviset e shteteve fqinje (më shpesh të Kroacisë dhe Bosnjës e Hercegovinës) dhe bëhen pjesë e blog-bashkësisë.

Njëri ndër hapat kryesorë që kanë kontribuar për zhvillimin e blogeve maqedonase është kërkuesi Gjej i cili me futjen e pjesës Gjej!Blog mundëson përcjelljen detale dhe sekondare të përmbajtjeve të posteve dhe blogeve të reja. Gjatë vitit 2005 bloget maqedonase për herë të parë kanë filluar të paraqiten edhe në mediumet tradicionale, edhe atë më dukshëm në gazetën ditore Vreme, e cila në shtojcën e uikendit ka publikuar edhe serialin edukativ kushtuar blogëve. Gjatë vitit 2005 dita ditës numri i blogeve dhe blog-posteve është rritur, e paralelisht me të bloget e kanë gjetur vendin e vet edhe në portalet e tjera të cilat në mënyrë konstante kanë filluar t'i publikojnë përmbajtjet më të reja të cilat në mënyrë plotësuese i kanë popullarizuar bloget maqedonase rregullisht duke publikuar përmbajtje nga pjesa e blogeve maqedonase (www.blog.digimak.net, www.org.mk, www.blogosfera.dobroutro.com)

Kthesë në zhvillimin e blogeve maqedonase, para së gjithash, nga aspekti sasior përfaqësonte krijimi i bllok-servisit të parë (funksional) maqedonas – Bogeraj, të krijuar nga internet provajderi On.net. Që në fillimin e vet mund të supozohet se

ky servis do të shkaktojë reaksion të madh dhe pasurim të blog-bashkësisë maqedonase. Pas një promovimi në televizionin lokal SkyNet ky servis gjatë natës ka fituar një numër të madh të shfrytëzuesve të rinj. Sot, vetëm ** muaj më vonë numri i blogeve aktive e zvogëlon numrin prej **.

Bloget maqedonase dhe mediumet tradicionale të udhëhequra nga trendet botërore kanë filluar të plotësohen dhe të bashkëpunojnë. Përkrahja e parë publike dhe njohja e blogosferës ka marrë nga magazin-forumi i përjavshëm Plus, rubrika blog-dajxhest e të cilës ka filluar të publikohet në **, ** kurse ishte ndërprerë në **, **. Pak më vonë edhe e përjavshmjia Vreme ka filluar ta përgatitë rubrikën „Vala e re” në të cilën përveç pjesëve të blog-posteve mund të lexohen edhe kolumne nga disa blogeristë.

Sot pjesa më e madhe e blogeve maqedonase janë të futura në servisin maqedonas Blogeraj, të tjerat shpesh gjenden në Blogger (blogger.com), kurse ka edhe një pjesë e vogël të cilat janë ose në platforma të pavarura (WordPress) ose gjenden në servise më të vogla të popullarizuara si blog.com, myspace.com e të tjera.

SI BËHET BLOGU?

Më 1 qershor të vitit 2006 në Gulg (Google) ka 576 milionë (576,000,000) rezultate në kërkimin sipas çelësit „blog”. Secili që është udhëzuar në shfrytëzimin e internetit midis këtyre rezultateve mund të gjejë çdo gjë që i nevojitet për fillim, por edhe për rezultatin e mëtejshëm.

Sa ka të bëjë me instruksionet teknike ato mund të gjenden edhe në blog-servisin, respektivisht në sajtin në të cilin do të vendosni të hapni blog.

Hapi i parë – Ku të blogoj?

3.1 Zgjedhja e blog-servisit

Zgjedhja e parë që do të duhet ta bëni është të zgjedhni blog-servis. Ai është vendi në internet (ose vendi në planet në të cilin është vendosur kompjuteri i servisit – i ashtuquajturit server ku do të jetojë këndi juaj i internetit. Pjesë e emrit të adresës suaj do të jetë edhe emri i serverit, kurse në adresë mund të hyjnë edhe disa shkronja të emrit të shtetit prej ku ky superkompjuter është i lidhur në rrjet. Zgjedhja është e juaja, por gjithsesi para se të filloni të blogoni, me kujdes zgjedhni se në cilin servis do ta vendosni blogun. Gjatë shqyrtimit të shërbimeve të cilat ua ofrojnë serveret e ndryshme, vendosni pyetjet vijuese:

Sa është i sigurt servisi i cili hoston bloget? Është keq në qoftë se blogoni një periudhë të gjatë dhe në qoftë se një ditë nuk do të mund ta gjeni servisin ose blogun tuaj vetëm për arsye se patronët kanë vendosur ta shlyejnë. Masë më e mirë për atë janë numri i blogerëve që e kanë zgjedhur këtë servis, si dhe ajo sa

gjatë ato funksionojnë në të. E rëndësishme është edhe çfarë emri i zëshëm qëndron pas tij – në qoftë se e keni të njohur – e tejkalon këtë test. Si duket adresa e blogut tim? Kryesore është që ajo të jetë e shkurtë, lehtë të mbahet mend dhe të shkruhet.

Vallë servisi është pa pagesë ose për atë që e ofron kërkon nga blogeristi kundërshtërbime? Shumë është keq në qoftë se çdo vizitues në blogun tuaj patjetër duhet të mundohet me të gjitha ato dritarëza plotësuese me reklama (të ashtuquajturat pop-ape).

A ka ndihmë të detyrueshme në gjithë atë që do të bëhet? Zakonisht serviset e mira ofrojnë edhe ndihmë për shfrytëzuesit, në formë të kurseve të shkurtëra (të ashtuquajtura tutorials), më shpesh pyetje të parashtruara (FAQ), si dhe përkrahje nga operatorët kujdestarë nëpërmjet i-mejlit.

A keni zgjedhje të më tepër dizajneve të gatshme (të ashtuquajtura templejte), si dhe mundësi për vendosje të drejtëpërdrejtë të dizajnit personal në gjuhën html? Kontrolloni, ndoshta tash e keni të panjohur dhe të panevojshme, por ndonjë ditë sigurisht do të dëshironi të keni pamje origjinale të blogut. Kryesore është të keni qasje në html-kodin, sepse një ditë do të dëshironi të vendosni numërues vetanak të vizitave ose disa shtojca tjera.

A orfon përkrahje për gjuhën në të cilën do të shkruani? Gati të gjitha serviset do të duhej ta kishin, por kontrolloni për çdo rast.

Vallë servisi ofron mundësi që me postet të publikoni edhe fotografi? Mirë është që kohë pas kohe të publikoni edhe nga një freski vizuale ose ilustrim.

Kështu të armatosur me pyetje, mund të lëshoheni në kërkimin e servisit. Bëhuni të vetëdijshëm edhe për atë se serviset ofrojnë edhe mundësi për afirmimin e blogut tuaj, prandaj ndoshta vend të mirë për fillim me të kërkuarit do të ishte të kontrollonit se cilin servis e shfrytëzojnë ata të cilët dëshironi t'i keni lexues dhe blog-miq. Thuaja në çdo blog ka ndonjë vend në të cilin shkruan Hosted by, powered, powered by ose ndoshta ndonjë link nga servisi i cili shfrytëzohet.

3.2 Të shkruarit e posteve

Fjalitë e shkurtëra, deklarative, janë të mira
Lexuesit dëshirojnë të lexojnë fjali të tilla.

Shkruaj më pak

Njëri nga dallimet midis posteve blogerike dhe teksteve të thjeshta, është ajo që blogeristët linkojnë shumë. Linko pranë teksteve, librave, biografive, produkteve, linko pranë çdo materjali tjetër që e ke përmendur

në blogun tënd. Gjithmonë linko pranë vendit në të cilin përkrahet rrëfimi yt, ose ku mund të gjendet informacioni për atë që e komenton.

Shkruaj më pak

Flaki të gjitha fjalët e panevoshme

Fut mendime përfundimtare në titujt

Në titull trego sa është e mundur më shumë për rrëfimin

Përmbaju fjalive dhe paragrafeve të shkurtëra dhe të qarta

Mos e kupto veten mjaft serioz

Blogirimi nuk është operacion i trurit, mos u bëj pompoz ose diktator

Asnjëherë mos e humb kuptimin për humor

Hapësirën e bardhë e ke mik

Asgjë nuk është e vështirë për të lexuar sesa bllok-tekst i përmbledhur në ekranin kompjuterik

Lexoje postin me zë

dhe bëhu i sigurt se nuk përmbahesh në konstruksionin e ndërlikuar. Në qoftë se dikund has në pengesë kur lexon, atë shkruaje përsëri

Gabimi kardinal

Thuaj, kjo është për mua, e jo kjo është për ne. Mos ju drejto njerëzve me ju, por me ti

Shfrytëzo nëntitujt për paragrafet

Madje edhe në post deri më 300 fjalë

Shfrytëzo shkronja të trasha dhe kursive për të theksuar ndonjë pjesë të tekstit

Sigurohu se posti është i lehtë për skenim vizuel

Zgjedh tonin e të drejtuarit dhe bëhu konsekuent i tij

Mos u fikëso gjatë shprehjes së mendimit

Pyetjet parashtroji para se ta publikosh postin

- A do ta ketë të qartë dikush temën që do ta lexojë vetëm titullin?
- Vallë në paragrafin e parë posti tregon për kë ose për çka bën fjalë dhe pse lexuesi do të interesohej për të?
- Vallë këndi që e ke zgjedhur është i vërteti për atë që e lajmëron?
- Posti a është i liruar nga zhargoni?

- A i ke përgatitur titullin dhe postin me fjalë kryesore që do të jenë interesante për makinat përpunuese?

3.3 Ende këshilla

Qëndro në temën

Mendimet janë në rregull, por përveç nëse je drejtor i Majkrosoftit, për askënd nuk do të jetë interesant se çka ke ngrënë për drekë. Në qoftë se e ke filluar blogun për të shkruar për filmat që i ke parë, më mirë shkruaj për filmat gati në çdo post.

Shkruaj në formë të bisedës

Harroje çdo gjë që të kanë mësuar arsimtarët në gjuhën amëtare. Shkruaj sikurse flet ose do të tingëllojë e ngurosur dhe jonatyrore. Askush nuk lexon tekste të ngurosur, madje edhe nëse i ka shkruar drejtori ekzekutiv i Majkrosoftit.

Qëndrimet

Blogu yt nuk është raport për medime ose broshurë për ndonjë firmë, por mënyrë se grupi yt qëllimor të të njohë në mënyrë të vërtetën. Mëkati më i madh që mund ta bësh është të bëhesh i mërzitshëm për lexuesit e tu. Shumica e njerëzve më tepër dëshirojnë diskutime të ndershme për qëndrimet, se sa banalitete të këndshme. Në qoftë se merr disa komente vulgare ose të ndyta, vetëm përkrahe faktin se nuk mund t'i kënaqësh të gjithë.

Bëhu frymëzues

Hudh në postet e tua diçka nga frymëzimi yt natyror, për rekasion më të mirë nga grupi i plotë. Në qoftë se askush nuk e vlerëson mendimin tënd për humor lexoje pikën e mëparshme.

Bëhu i informuar

Në qoftë se shkruan diç nga profesioni yt, shiko të jesh i informuar mirë për atë. Në blogosferë fjalët përhapen me shpejtësinë e mendjes dhe në qoftë se dëshiron të bëhesh autoritativ për diçka që di shumë pak, përgatitu për kritika.

Bëhu aktual

Shkruaj për zhvillimin më të ri të ngjarjeve në fushën tënde. Askush nuk dëshiron të lexojë për diçka që janë të njohura një kohë të gjatë ose që me qindra blogeristë të tjerë tanimë e kanë treguar.

Publiko shpesh, por mos u djeg

Shumë bloge zhduket sepse blogeristët digjen – ata të cilët publikojnë mjaft shpesh. Përmbaju rendit të publikimit që është i kuptueshëm. Nëse

porsa e ke apdejtuar blogun dhe gjen storje interesante, ruaje për më vonë.

Nga ana tjetër mos posto vetëm pse mendon se duhet t'i përmbahesh rendit. Të mungosh disa ditë ose javë është në rregull në qoftë se me të vërtetë nuk ke çfarë të postosh.

Komentet

Të komentosh në mënyrë inteligjente në bloget madje edhe sikur të mos kesh blog është e rëndësishme që të ndërtohet reputacioni si ekspert për fushën tënde.

3.4 Gjashtë pika të etikës blogeriste

1. Publokoje si fakt vetëm atë që beson se është e saktë

Në qoftë se deklarata jote është spekulim, tregoje atë. Nëse nuk ke shkak të besosh në të se është e vërtetë, ose mos e posto, ose shkruaj se je i rezervuar. Nëse publikon diçka, atë bëje me qëllim të mirë; publikoje si fakt vetëm nëse sipas botëkuptimit tënd më të mirë ajo është e saktë.

2. Në qoftë se ekziston material në internet, bëj linkun kur bisedon për atë

Të linkuarit e materialit të përmendur u mundëson lexuesve të gjykojnë vetë për saktësinë e publikimeve të tua. Lexuesit kanë të drejtë, sa është e mundur më tepër, të kenë qasje deri te të gjitha faktet – Rjetin, në atë mënyrë u mundësohet të jenë konsumentë aktivë të informacioneve. Në qoftë se nuk dëshiron të drejtosh një material të përmendur në internet (për shembull, nëse ka bisedë për urrejtje) vetëm shkruaje adresën, mos bëj link – mandej sqaro pse e ke bërë atë.

3. Publikisht ndreqe çdo informacion jo të saktë

Nëse vëren se ke linkuar deri te rrëfimi i cili nuk është i saktë, atë shënoje dhe linko deri te reporti fillestar. Në qoftë se deklarata jote është e pasaktë, pasaktësinë dhe të vërtetën shënoje. Në rastin ideal, këto korrigjime duhet të paraqiten në versionin më aktual të blogut tënd dhe si shenjë e shtuar e postit origjinal (makinat kërkimore postin do ta publikojnë sikurse ka qenë në fillim e prandaj patjetër duhet të bësh ndryshim në të që të mos përhapet pasaktësia). Nëse nuk dëshiron të ndryshosh në postet e vjetra, atë tregoje më vonë. Njëri nga autorët e blogut [Боинг Боинг](#) përmirësimet i ka bërë kështu: ~~Bill~~ mandej vijon përmirësimi (kjo bëhet duke shkruar këtë tag `Bill`).

4. Çdo post shkruaje sikur asnjëherë të mos ndërrohet; shkruaj, por asnjëherë mos e shkruaj sërish ose ta shlyesh

Posto me qëllim. Nëse në çdo post fut qëllim, do ta sigurosh integritetin tënd personal dhe profesional.

Ndërrimi ose shlyerja e posteve e shkatërron integritetin e rrjetit. Vebi është ndërtuar që të jetë i lidhur, në esencë, permalinku i çdo posti është ftesë e të tjerëve që të linkojnë. Secili që komenton ose linkon diçka në Rrjet, shpreson në të se diçka do të mbetet e pandryshuar. Çdo ndryshim do të duhej të jetë i shënuar me datë dhe me sqarim të shkurtë të natyrës së ndryshimit.

Në qoftë se, për shembull, një post ose dokument ndryshohet, e kjo nuk është shënuar, mund të ndodhë që argumenti i dikujt që e ka linkuar të tingëllojë pa kuptim. Nëse zgjedh diçka, kjo do të thotë se nuk ka ndodhur (por ka ndodhur) – kjo është jokorrekte. Shlyerja është e mundshme në Rrjet, por nuk është gjithmonë politike e mirë. Historia mund të jetë e shkruar sërish, por nuk mund të kthehet prapa. Qëndron prapa asaj që e shkruan, mendo para se të klikon pablush. Nëse pendolesh, përmirësoje atë dhe sqaro pse.

Përrjashtim i vetëm është nëse ke publikuar informata personale për dikënd. Atëherë më mirë është të tërhiqet i tërë posti, por kjo të shënohet.

5. Trego për çdo konflikt të interesave

Shumica e blogeristëve janë transparentë për vendet e tyre të punës dhe interesave profesionale. Ngase veblog auditoriumi bazohet në besim, mirë është të jesh i sqartë në atë që shkruhet dhe benefitin të cilin blogeristi e ka nga në të. Madje edhe blogeristi i cili do të fitojë CD gratis për të shkruar recension, duhet ta tregojë atë. Lexuesit do të vendosin a do t'i besojnë recensionit. Mjafton që të shkruhet shkurt për konfliktin potencial të interesave.

6. Shënoji të gjitha burimet e dyshimta dhe subjektive

Kur citon material nga burimi i dyshimtë, blogeristi është i detyruar ta sqarojë natyrën e sajtit prej ku e ka marrë. Blogeristët shpesh zbulojnë tekste të shkruara mirë në sajte nga organizatat subjektive ose të përmbajtura nga fanatikët. Blogeristët me përvojë kanë për detyrë ta dinë natyrën e burimeve të tyre – nuk është mençuri që të gjithë lexuesit ta dinë atë. Lexuesit shpesh varen nga blogeristët si udhëheqës së vebit. Për të drejtuar tekst nga burimi pak i dyshimtë ose ndonjë me agjendë të fortë është okej, por të mos tregohet për natyrën e burimit është joetike, sepse lexuesit nuk i kanë informacionet që iu duhen për t'i matur gjërat që i lexojnë.

Në qoftë se ke frikë se, nëse tregon për natyrën e burimit, lexuesit as që do të mund të shkojnë të shikojnë ç'është ajo – pyet pse në përgjithësi e linkon. Mund ta humbësh besimin majde edhe nëse vetëm një herë zbulojnë se ke shfrytëzuar burime subjektive.

(sipas Rebeka Blad)

Terminologjia

post (post) – Tekst i publikuar në blog. Nuk ka rregulla strikte për atë çka duhet të përmbajë një blog-post. Posti duhet të flasë për diçka aktuale dhe provokative, e posaçërisht duhet pasur kujdes në formën. Postet duhet të jenë skenariste, si edhe tekstet tjera për në internet. Kjo do të thotë se lexuesi me një pamje të mund të kuptojë çka ku është. Posti mund të jetë i përbërë edhe nga fotografia, audio dhe video materjali.

templejti (template) – Në anglisht templejt do të thotë mustër, ekzemplar, skemë, respektivisht dizajn i gatshëm i përpunuar për blogun. Blog serviset që të jenë të lehta për shfrytëzuesit u ofrojnë dizajn të gatshëm për bloget, por shpesh e lënë edhe mundësinë që vetë ta ndërrojë pamjen dhe ngjyrat. Me atë mundësojnë individualizim dhe njohje të blogeve.

sajdbari (sidebar) – Nga ana e majtë ose e djathtë e vendit të lënë për poste, bloget shpesh kanë hapësirë të quajtur sajdbar. Elemente të shpeshta të sajdbarit janë: profili i pronarit të blogut, arkiva, linket deri te disa poste të fundit, kategoritë (deri sa është lënë mundësia që postet të kategorizohen), blogroli, numëruesi i posteve, si dhe baneret me përmbajje të ndryshme.

blogroli (blogroll) – listë e linkeve nga bloget tera. Njëri nga dedikimet e para të blogeve kanë qenë ato vende nga të cilat pronari lehtë do t'i gjejë linket e nevojshme deri te përmbajtjet interesante në internet. Por është ndryshuar natyra e blogeve, prandaj tash blogroli bëhet listë e blogeve të rekomanduara të cilat shpesh i lexon blogeristi. Blogroli është njëri nga elementet që e definojnë imixhin e blogeristit.

linku (link) – Në përkthimin bukfal do të thotë lidhje. Linku në të vërtetë është vendi nga i cili me klikim mund të shkohet në vend tjetër (prej përpara i përcaktuar) në internet. Linket e blogeve, si edhe te sajdet e tjera, mund të hapen në dritare të re (duke rrezikuar që lexuesi më të mos kthehet) ose në dritare të re. Linket janë njëra ndër anët më të fuqishme të blogeve, sepse autori i teksteve nëpërmjet tyre mund të komentojë dhe të vijë në të njëjtin kontest të përmbajtjeve të shumëllojshme.

komenti (comment) – Njëra nga karakteristikat kryesore të blogut është interaktiviteti. Më tepër për këtë kontribuon mundësia e posteve, që të komentohet. Varësisht nga politika e autorit të blogut, mund të ketë disa regjime: ndalimi i komentit, ndalim i pjesërishëm (vetëm shfrytëzues të caktuar mund të komentojnë, komentet para se të publikohen patjetër duhet të shkojnë në lejm tek autori i blogut) ose liri e plotë.

baneri (banner) – Përkthimi bukfal nga anglishtja është „flamur”, që deri diku përgjigjet me dedikimin e vet të blogëve. Blogeristët baner e quajnë figurën kryesore që e zëvendëson titullin e sajtit. Baneri kryesor zakonisht ka titull të braktisur, ndonjë moto të blogut, kurse pranë tij shpesh gjenden edhe shenja ideologjike, të cilat e ilustrojnë përmbajtjen. Përveç banerit kryesor, në bloget mund të gjenden edhe banere tjera më të vogla. Ato zakonisht përcjellin ndonjë mesazh, kurse baneret reklamuese thuaja se mungojnë, sepse blog-serviset i ndalojnë.

fidi (feed) – Shumë individë nuk kanë kohë të shëtisin prej blogut në blog, prandaj i mbledhin të ashtuquajturat fide nga bloget në një vend. Fidi e bart përmbajtjen e re tekstuale të fid lexuesit.

permalniku (permalink) – adresë personale e çdo posti. Përgjithmonë. Vetë termi është farkëtare dhe do të thotë link permanent. Blogeristët shpesh dëshirojnë të komentojnë tekste të publikuara në meinstrum mediumet, por atë e bëjnë edhe me tekstet e blogeristëve të tjerë. Në atë rast zakonisht vënë citat, kurse nën të edhe link pranë postit. Ky ling është i përhershëm, i njëjti ling do t’ju çojë deri te posti i njëjtë edhe pas një viti. Kur do të hapet permalinku zakonisht hapet posti së bashku me komentet dhe beklinet.

beklinku (backlink) – Beklinket u mundësojnë blogeristëve të përcjellin cilat sajte kanë vënë linke te postet e tyre. Në atë mënyrë mund ta vështrojnë impaktin dhe ndikimin e shkrimit të tyre, reaksionet si dhe ta përcjellin diskutimin i cili do të zhvillohet mëtej. Beklinket vëshrohen në faqen e njëjtë me postin dhe komentet. Ky është një opcion i mirë për ata të cilët preferojnë që blogu i tyre të jetë me ndikim. Njëra nga masat për rangim të blogëve dhe sajteve janë të lidhura drejtëpërdrejtë me numrin e linkeve nga jashtë.

numëruesi i vizitave (counter) – vegël e cila e vëshron numrin e vizituesve. Blog-serviset shpesh nuk e ofrojnë këtë vegël, prandaj blogeristi patjetër do të duhet ta instalojë vetë në strukturën e slajtit të tij. Ekzistojnë shumë servise për përcjelljen e numrit të vizituesve dhe ato shpesh janë gratis. Blogeristët shpesh e vizitojnë atë të [sitemeter.com](http://www.sitemeter.com). Serviseri ofron statistikë kontrolluese për numrin e vizituesve, numrin kontrollues të faqeve, vizituesit e pranishëm në moment, detaje për vizituesit (vendi, koha, prej nga ka ardhur etj.), statistikën kontrolluese (paraqitjen figurative) të komunikimit ditor, javor, mujor dhe vjetor, dhe ka parashikim për të ardhmen (në bazë të të dhënave për shpejtësinë e zhvillimit të vizitës). Servisi shfrytëzuesve u ofron edhe kontrollë të rregullt javore të vizitës sipas i-melit. Të dhënat nga numëruesi i vizitave u nevojiten lexuesve sepse sipas tyre shpesh mund të përcaktohet relevantiteti dhe ndikimi i blogut.

Ç'duhet të bëj që blogun ta kem në Gugl? (BOKSI)

Shumica e blogeristëve parashtrojnë pyetje si gjatë kërkimit të njërit nga makinat më të shfrytëzuara kërkuese të renditen edhe rezultatet e blogut të tyre. Që ta zmadhoni gugl-rangun tuaj duhet të gjeni mënyrë që blogu juaj të jetë i linkuar sa është e mundur me sa më tepër sajte. Mandej është kryesore që ato të jenë sajte sa është e mundur me gulg-pejxhrang më të madh.

Çka në të vërtetë është pejxhranku (**PageRank**)? Ai është numër (prej një deri më dhjetë) që e përfaqëson popullaritetin e një sajti ndaj Guglit. Ky kërkues e ka të zhvilluar këtë teknologji me qëllim që ta përmirësojë relevantitetin e të kërkuarit. Vetë autorët e këtij sistemi thonë se pejxhranku është zemra e Guglit. Sistemin e kanë zhvilluar themeluesit e Gugl Lari Pejxh dhe Sergej Brin. Sistemi edhe mëtej zhvillohet si bazë për të gjitha gugl-veglave, thonë ata. Në sencë Gugl e llogarit çdo link prej sajtit A deri te sajt B, si një votë të sajtit A për sajtin B. Sistemi nuk i mbledh zërat „verbësisht”, por sipas vlerave të sajtit që „ka votuar”.

Gugl vetë ka deklaruar se nuk shet hapësirë gjatë përpunimit dhe se pejxhranku krijohet automatikisht, pa kurrfarë përzjerjeje të njeriut. Kjo do të thotë se askush nuk mund të blejë pejxhrank më të madh.

Kopirjati i pjesërishëm i Krijtjv Komonsit (BOKSI)

„Disa nga të drejtat janë të mbrojtura”. Jo të gjitha. Te bloget thuaja edhe nuk do ta gjeni formulën e shtrënguar *All rights reserved*. Njëra nga mënyrat e shpeshta për ta mbrojtur pronën e vet intelektuale për blogeristët është licenca Krijtjv Komons (*Creative commons*).

Debati për mbrojtjen e të drejtave të autorëve lëviz midis dy skajeve: nga njëra anë janë përfaqësuesit e kontrollit total, zakonisht të udhëhequr nga qëllimet komerciale. Përkundër tyre, nga ana tjetër, qëndrojnë ata të cilët përfaqësohen për liri të plotë të shkëmbimit të të mirave intelektuale. Sipas autorëve të licencës Krijtjv Komons (LKK), qasja e tyre ofron sigurim të dy skajshmërive. Ajo që për programet kompjuteristike është softveri i lirë, kjo për të drejtat e tjera të autorëve është kjo licencë.

Çka nënkupton kjo licencë? Vallë vetëm disa nga të drejtat e autorëve janë të mbrojtura. Qëllimi i LKK është të ndërtojë shablon për kopirjat të mençur, fleksibil, ndaj keqpërdorimit të të drejtave restriktive të autorëve. Kjo nuk do të thotë se autorët që e shfrytëzojnë tërësisht heqin dorë nga të drejtat e tyre, por se publikut u lejohet t'i shfrytëzojë të mirat intelektuale, vetëm nën kushte të caktuara. LKK ofron gjashtë lloje të të drejtave të mbrojtura të autorëve:

by-nc-nd (*attribution non-comercial no derivatives*) – licencë më restriktive, e quajtur edhe „*free advertising*“. Mund edhe t'i daunlodojnë dhe t'i shkëmbejnë punimet tuaja, vetëm të cekin se je autor dhe të vendosin link deri te ju. Nuk mund t'jua ndërrojnë punimin ose ta shfrytëzojnë në mënyrë komerciale.

by-nc-sa (*attribution non-comercial share alike*) – lejon që t'jua remiksojnë punimet, të punojnë në bazë të punimit tuaj në mënyrë jokomerciale, por për t'ju lajmëruar dhe shfrytëzuar licencën e njëjtë me tuajën.

by-nc (*attribution non-comercial*) – mund t'i përpunojnë punimet tuaja në mënyrë jokomerciale, kurse derivatet që do të dalin nuk është e thënë të jenë të mbrojtura me licenë të njëjtë.

by-nd (*attribution no derivatives*) – lejon ridistribuim, komercial ose jokomercial, derisa përmenden si autorë. Nuk lejon ndryshim të tekstit.

by-sa (*attribution share alike*) – lejon t'jua ndryshojë punimet, t'i përpunojnë madje edhe për qëllime komerciale, derisa ju përmendin si autor dhe nëse për prodhim shfrytëzojnë kushte të njëjta.

by (*attribution*) – u lejon të tjerëve të distribuojnë punimin tuaj, ta remiksojnë dhe ta përpunojnë, madje edhe në mënyrë komerciale derisa ju përmendin si autor i origjinalit. Kjo është licenca më komode nga të gjitha të gjashtat.

LKK në vebsajdin e tyre (www.creativecommons.org) ofrojnë edhe tipa tjerë të licencave, si për shembull për muzicentë ose programues.

Kur zgjedhni një licencë të sajtit të Krijtjiv Komonsit mund të gjenden tri mënyra për të shënuar se ndonjë punim është i mbrojtur: nëpërmjet tekstit të thjeshtë me shenja për kushte të zgjedhura, kushte të përgjithësuara (me të cilat sipas autorëve të licencës mund të dilet edhe para gjyqit, gjatë përdorimit eventual për mbrojtje të të drejtave të autorësisë), si dhe kod digjital i cili makinave kërkuese do t'u tregojë se punimi juaj është i mbrojtur. Në sajtin e LKK mund të gjenden edhe mbrojtës specifik, të cilin blogeristët e vendosin në sajtin e tyre, por i cili linkon deri te përshkrimi përkatës i licencës së përdorur Krijtjiv Komons.

Udhëzim për ftesë të blogeristëve (boksi)

Me supozim se e dini pse është e nevojshme të thirrni blogeristë në ngjarjen Tuaj. Ja një udhëzim të shkurtër për organizatorët e ngjarjeve të cilët dëshirojnë ta shikojnë ngjarjen e tyre në blogosferën maqedonase:

- Në qoftë se nuk dini cilin blogerist ta ftoni, shkoni në ww.najdi.org.mk/blog dhe gjeni fjalë kyçe të cilat i përgjigjen temës në të cilën është ngjarja Juaj.

- Në ftesat të jeni të qartë – çka, pse, cili, cila, si, ku kur!
- Në e-postë ose në blog dërgoni një informatë të shkurtë të gatshme për ngjarjen (lajmërimin) e cila lehtë mund të publikohet në bloget.
- Të gjitha dokumentet e shkruara përgatitni me mbështetje maqedonase, në format i cili është i kapshëm për të gjithë pa dallim të platformës dhe në UTF-8 unicode kodim. Dokumentet përveç në .doc, dërgoni edhe në OpenOffice .odt, ndërsa sajdet përveç në ppt – munden edhe si seri në jpeg figura.
- Blogeristët trajtoni si gazetarë dhe si vizitues. Domethënë, mos prisni se do të vrapojnë pas Jush me diktafonin, por përcilljani të gjitha informatat e nevojshme për ngjarjen.
- Ftesa e *niche* blogeristëve gjithmonë është më e mirë se sa ftesa e blogeristëve të përgjithshëm të cilët merren me gjithçka.
- I ftoni madje 2-3 ditë para fillimit.
- Para se të fillojë ngjarja lëshoni një listë me kontakt informacionesh.
- Siguroni foto-aparat digjital dhe fotografoni tërë rrjedhën e ngjarjes. Në fund të ngjarjes ndani nga 1 CD çdonjërit blogerist.
- Në qoftë se – siguroni internet pa tel gjatë kohës së ngjarjes - dhe atë cekeni në ftesë – për blogeristët të cilët posedojnë kompjuter lap top – në qoftë se dëshirojnë – të vinë edhe gjallë ta postojnë („bartin”) ngjarjen.
- Dërgojani transkripcionet e ngjarjeve – do të jetë interesant që të harrohen disa fraza kyçe të dokumentit.
- Mos ju hidhëroni komenteve të blogeristëve pas ngjarjes – e kur sërish do të organizoni ngjarje – thërrisni përsëri. Profili juaj tek ata do të përmirësohet.
- Ngjarja e mërzitshme me blogeristë është më keq se ngjarja e mërzitshme pa blogeristë – sepse shumica e njerëzve do të kuptojnë se ngjarja ka qenë e mërzitshme.
- Patjetër publikoni informacionet në internet – përndryshe e humbni mundësinë për gjenerimin e komunikimit kthyes i cili më shumë vjen nga linket e blogeristëve.

(Jovan Petrov - jovansblog.dobroutro.com)

Çfarë na pret?

Shumë medime tradicionale në nivel botëror kanë parë të ardhën e ndritshme në bloget, por jo në bloget e huaja, por në mundësinë që ata të kenë të vetat. Shumë gjëra ndryshohen në këtë fushë. Këto blege rrallë e kanë frymën dhe energjinë të blegeve më të njohura. Për të lëvizur nga fushata mirë e organizuar, me kujdes të planifikuar dhe të promovuar, ato në vetë startin e tyre paraqiten afër majës. Vallë ky profesionalitet (tradicionalitet) do t'i shndërrojë bloget në një

mas-medium edhe më të thjeshtë? Me siguri në këtë pyetje përgjigje do të marrim gjatë dy viteve të ardhëshme.

Blog-bashkësia maqedonase

Gjatë këtij viti BBM do të fillojë të zhvillohet, por tash nuk do të shkojë aq shumë në anën sasiore, por në anën cilësore, së këndejmi mund të pritët:

- * mëvetësimi i një pjese të blogeristëve nga blog-serviset;
- * regjistrimi në fusha vetanake;
- * krijimi i blogeve të cilat do të synojnë kah diçka më serioze;
- * segmentimi plotësues i blogeristëve (d.m.th. blogeve).

Bloget e korporacioneve të mëdha (BOKSI)

Company

[Amazon.com Inc.](#)

[Avon Products, Inc.](#)

[Cisco Systems, Inc.](#)

[Dell, Inc](#)

[Ford Motor Company](#)

[General Motors Corporation](#)

[Oracle Corporation](#)

[Sun Microsystems Inc](#)

[Texas Instruments](#)

[Time warner Inc](#)

[The Boeing Company](#)

Company Sample Blog

<http://aws.typepad.com/>

<http://blogs.salon.com/0003522/>

<http://blogs.cisco.com/gov/>

<http://linux.dell.com/blog>

<http://blog.ford.com/BLOG.CFM>

<http://fastlane.gmblogs.com/>

<http://www.orablogs.com>

<http://blogs.sun.com/roller/page/jonathan>

<http://blogs.ti.com/>

<http://news.aol.com/blogs>

<http://www.boeing.com/randy/>

CITATE (nëpër tekst)

Në çdo pikëpamje, bloget janë revolucion më demokratik i cili deri tash i ka ndodhur medimeve. Clive Thompson, New York Magazine
media ever. Clive Thompson, New York Magazine

Gjithmonë kam menduar se jeta ime e mbush me energji blogimin tim, prandaj edhe nuk dëhsiroj të jem vetëm blogerist. Cory Doctrow, Boing Boing

Fëmijët, tinxherët dhe të rinjtë nuk marshojnë nëpër rrugë, ata blogojnë. Ata gjejnë njerëz të cilët i dëgjojnë dhe formojnë bashkësi të cilat ndajnë punë të përbashkëta.

Bloget gjithmonë ndikojnë ndaj lexuesve të tyre. Rebeka Blad

Bloget bëhen aq lehtë, kurse internet-hapësira është aq e madhe, sa që bloget komercialiste nuk mund ta qetësojnë zërin e pavarur. Nuk ka kufi për numrin e blogeve. Rebeka Blad

Bloget më të njohura botërore

www.BoingBoing.net
www.Engadget.com
www.Postsecret.blogspot.com
www.dailykos.com
www.thoughtmechanics.com
www.gizmodo.com
www.dooce.com
www.instapundit.com
www.gawker.com
www.kottke.org
www.wonkette.com
www.talkingpointsmemo.com
www.time.blogs.com/daily_dish
www.rebeccablood.net

Bloget më atraktive maqedonase

<http://antipunkt.blogspot.com>
<http://bukarski.com>
<http://etna.blog.com.mk>
<http://vbb.blog.com.mk>
<http://blogot.blog.com.mk>
<http://jasnesumjas.blogspot.com>
<http://kanalizacija.blogspot.com>
<http://komunikacii.blogspot.com>
<http://mislam.blogspot.com>
<http://kajsibemoby.blogspot.com>
<http://theskopjetimes.blog.com.mk>
<http://jovansblog.dobroutro.com>

<http://razvigormk.blogspot.com>
<http://oksimoron.blog.com.mk>
<http://blog.ebiznis.info>
<http://revolucija.blogspot.com>
<http://macedoniana.blogspot.com>
<http://maknba.blogspot.com>
<http://maktrek.blogspot.com>
<http://softwaremk.blogspot.com>
<http://pomni.blog.com.mk>
<http://m-soulz.blogspot.com>