

# ОНЛАЈН АКТИВИЗАМ

СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ ЗА ДЕМОКРАТИЈА

twitter  Blogger™

 WORDPRESS flickr™ GAMMA

 Google™ 

You Tube  blip.tv  facebook  
Broadcast Yourself™

МЕТАМОРФОЗИС 



## [ ВОВЕД ВО ГРАЃАНСКИ МЕДИУМИ ] 5

[ БЛОГИРАЊЕТО Е ЛЕСНО КАКО Е-ПОШТА ] 7

[ СТУДИИ НА СЛУЧАИ ] 8

[ ОТКРИЈТЕ НОВИ ГЛАСОВИ СО RSS ] 9

[ ОБЈАВУВАЊЕ СЛИКИ НА ИНТЕРНЕТ ] 10

[ ОБЈАВУВАЊЕ ВИДЕА НА ИНТЕРНЕТ ] 11

[ КАКО ДА НАПРАВИТЕ ПОТКАСТ ] 13

[ ЗАКЛУЧОК ] 14

## [ БЛОГИРА ] ЗА КАУЗА! ] 15

[ ШТО Е ЗАСТАПУВАЊЕ ПРЕКУ БЛОГ ] 16

- 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 ] 18

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

[ ШТО МУ Е ПОТРЕБНО НА СЕКОЈ БЛОГ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ] 20

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

[ КРЕИРАЊЕ БЛОГ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ] 21

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

[ НАПРАВИ ГО ТВОЈОТ БЛОГ ЦЕНТАР ЗА АКЦИЈА ] 28

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

[ БИДИ БЕЗБЕДЕН ] 32

## 33 [ ВКРСТЕНО ОБЈАВУВАЊЕ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ]

- 34 [ ПОДОБРИ ЈА ТВОЈАТА ОНЛАЈН КАМПАЊА ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ]
- 36 [ КАКО ДА ГО ОБЈАВИШ ТВОЈОТ БЛОГ ИЛИ ВЕБ-САЈТ НА TWITTER ]
- 37 [ ОСВЕЖУВАЈТЕ ГО ВАШИОТ СТАТУС НА FACEBOOK ПРЕКУ TWITTER ]  
[FREED BLITZ ОДИ ЕДЕН ЧЕКОР ПОНАПРЕД СО
- 37 АВТОМАТСКОТО ДОСТАВУВАЊЕ ИМЕЈЛ И ИНСТАНТ-ПОРАКИТЕ ]
- 38 [ НЕКОЛКУ АРГУМЕНТИ ПРОТИВ КОРИСТЕЊЕТО НА ВКРСТЕНО ОБЈАВУВАЊЕ ]
- 38 [ ПРИМЕР ЗА КАКО ДА ЈА КОРИСТИТЕ ТЕХНИКАТА НА ВКРСТЕНО ОБЈАВУВАЊЕ ]
- 38 [ ПРОВЕРЕТЕ ГИ ВАШИТЕ ДРУГИ ВОДИЧИ ЗА 2.0. ЗАСТАПУВАЊЕ ]

## 39 [ ГЕОБОМБАРДИРАЊЕ ]

- 40 [ УСПЕШНО КОРИСТЕЊЕ НА ТЕХНИКАТА ЗА ГЕОБОМБАРДИРАЊЕ ]
- 41 [ КАКО ДА ГЕОТАГИРАТЕ НА ВАШЕТО ВИДЕО? ]
- 42 [ КАКО ДА ПРИКАЖЕТЕ ГЕОТАГИРАНО YOUTUBE ВИДЕО НА GOOGLE EARTH? ]

## 43 [ СЕО СОВЕТИ ЗА БЛОГЕРИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ]

- 45 [ ВОВЕД ]
- 45 [ ЗНАЧИ, ШТО Е SEO? ]
- 46 [ ЧЕКОР БР.1 ]
- 46 [ ЧЕКОР БР.2 ]
- 50 [ ЧЕКОР БР.3 ]
- 51 [ ЧЕКОР БР.4 ]
- 52 [ ФИНАЛНИ ЗАБЕЛЕШКИ ]



# ВОВЕД ВО ГРАГАНСКИ МЕДИУМИ



**RisingVoices**  
Helping the global population  
join the global conversation

# [ ВОВЕД ВО ГРАЃАНСКИ МЕДИУМИ ]

## [ НАЧИНОТ НА КОЈ КОМУНИЦИРАМЕ СЕ МЕНУВА. ]

Пред само десет години се информиравме за светот преку весници, телевизија и радио. Професионалните новинари одеа на далечни места и се враќаа со приказни, фотографии и видеа од тамошните состојби и луѓето со кои се среќавале.

Понекогаш, за време на вечерата зборуваме за овие приказни со нашите пријатели и семејство.

Но, пред десетина години ние ретко или речиси воопшто не комунициравме директно со самите новинари. Истакнати членови на општеството пишуваа статии во кои ги изразуваа своите мислења за различни прашања, но ние останатите можевме да ги споделиме нашите мислења само со мала група пријатели.



Камбоџанската блогерка Софип Шак го користи својот блог за да споделува информации за човековите права во Камбоџа. <http://sopheapfocus.com/>

Во текот на последните неколку години сè се промени.

Благодарение на новите алатки, како што се блоговите, сега може лесно да се објавува на интернет. Од Турција преку Кенија до Боливија, обичните луѓе како ти и јас почнуваат да ги споделуваат своите приказни и мислења со остатокот од светот.

Иако оваа нова форма на комуникација сега е бесплатно достапна за секого, повеќето од луѓето кои учествуваат сè уште живеат во богатите населби на урбаните градови. Целта на овој водич е да покаже дека секој што има интернет врска може да учествува во новата глобална конверзација. Начинот на кој го разбираме светот сега не е обликуван само од страна на весниците и телевизијата, туку и од самите нас.



Рајзинг војсис е иницијатива за граѓански медиуми на Глобал војсис [[www.globalvoicesonline.org](http://www.globalvoicesonline.org)]. Преку поврзување на страстни блогери, поткастери и креатори на видеа од целиот свет, ние се надеваме дека секој сосед од секоја населба ќе може да учествува во конверзацијата на интернет која се шири низ целиот свет. Овој водич - Вовед во граѓански медиуми - е првиот во серијата публикации наменети за полесно разбирање на партиципативните медиуми и учествување во нив.

### 01 КОМПЈУТЕР

#### НА СЕКОЈ БЛОГЕР МУ СЕ ПОТРЕБНИ ЧЕТИРИ ЧЕКОРИ ЗА КРЕИРАЊЕ БЛОГ

Ќе ви треба компјутер, но не мора да биде ваш. Бидејќи целиот софтвер за блогирање се наоѓа на интернет, можете да пишувате, објавувате и да ја архивирате целата ваша содржина на интернет и да пристапувате до неа од кој било компјутер во кое било интернет-кафе.

### 02 ИНТЕРНЕТ КОНЕКЦИЈА

Доколку имате брза интернет конекција тоа ќе ви помогне ако сте заинтересирани за работа со аудио и видео, но дури и исклучително бавните конекции се добри за текстуално блогирање.





## [ БЛОГИРАЊЕТО Е ЛЕСНО КАКО Е-ПОШТА ]



Зборот „блог“ е кратенка од зборот „веблог“ и се однесува на вид веб-сајт кој се ажурира хронолошки. Блогот можете да го споредите со е-поштата. Разликата е во тоа што наместо да испраќате е-порака на само едно лице, вие го објавувате својот напис на веб-сајт на кој може да биде прочитан од секој во светот што има интернет-врска.

На повеќето блогови е дозволено да се коментира, што значи дека другите луѓе можат да оставаат јавен коментар за секој пост што ќе го објават. Доколку, на пример напишете дека Мајкл Џексон бил најдобриот пејач на сите времиња, јас би можел да оставам коментар дека не се согласувам.

Така почнува еден разговор - едно лице го пишува неговото или нејзиното мислење и потоа другите или се согласуваат или не се согласуваат.

Некои од најпопуларните блогови често добиваат повеќе од 100 коментари секогаш кога нешто ќе се објави.

Првите блогови почнаа да се појавуваат во средината на 90-тите, но блогирањето не стана навистина популарно сè до 2003 година.

Денес веб-сајтовите на многу весници, познати личности, па дури и претседатели, исто така, содржат блогови каде што секојдневно или еднаш неделно се поставуваат нови информации.



Иако Венецуела е длабоко поделена земја, блогерите во главниот град Каракас ги споделуваат своите мислења за промените кои се случуваат околу нив. <http://www.to2blogs.com/>

## [ ЗАПОЧНЕТЕ ЗА САМО ПЕТ МИНУТИ ]

Започнувањето со блог е исто толку брзо и лесно како да креирате сметка за е-пошта. Всушност, ќе забележите и неколку сличности меѓу пишувањето е-порака и пишувањето еден пост на блог.

Постојат многу упатства кои ви покажуваат како да започнете и да одржувате блог со помош на два од најпопуларните бесплатни сервиси, WordPress.com и Blogger.com.

Не е важно кој сервис ќе го изберете - и двата се бесплатни и достапни на многу јазици. Освен тоа, ако се премислите, обично може да го увезете вашиот блог од еден вид сервис во друг.

Ако сте нестрпливи да почнете, можете да го прескокнете овој вовед и директно да преминете на креирање на блог со Wordpress.com или Blogger.com. Сепак, постојат неколку работи што треба да ги земете предвид пред да започнете.

„СИТЕ ЌЕ БИДАТ ПОЗНАТИ ЗА 15 ЛУЃЕ“  
Дејвид Вајнбергер

### 03

#### СОФТВЕР ЗА БЛОГИРАЊЕ

Еден од првите избори што мора да ги направите, е да изберете каков вид софтвер сакате да користите за да го креирате вашиот блог. Постојат многу водичи за двата најпопуларните сервиси:

<http://blogger.com> и <http://wordpress.com>.

### 04

#### МИСЛЕЊА И ПРИКАЗНИ

Конечно, ќе ви треба нешто за што ќе пишувате. Некои луѓе ги третираат нивните блогови како јавни дневници - како начин да ги забележат искуствата од нивните животи.

Други пак, сакаат да разговараат за политика или да ги споделат нивните мислења за состојбата во светот. Што ќе изберете да пишувате зависи од вас, но ние ви нудиме неколку предлози на следната страница.

**Хернан Касиари** - Овој Аргентинец може да се смета за првиот блогер романсиер. Два од неговите блогови „Почитувај ме повеќе, јас сум твојата мајка“ и „Orsai“ сега се објавуваат во форма на книга, на многу јазици. <http://www.orsai.es/>



**Bongo Celebrity** - Наскоро ќе откриете дека многу блогови се посветени на познати личности и озборувања од таблоиди. Тоа не е ништо ново. Но, каде на друго место можете да најдете блог фокусиран конкретно на познати личности од Танзанија? Повеќето од постовите се напишани на Свахили. <http://bongocelebrity.com/>

**Чиланга Банда** - често се нарекува „метро блог“; т.е. блог кој опфаќа одреден град и има повеќе автори. Во овој случај, Чиланга Банда известува за најновите настани и најдобрите места кои треба да се посетат во Мексико Сити. <http://www.chilangabanda.com/>

**Kubтана.net** е групен блог напишан од активисти од Зимбабве кои бараат да се стави крај на диктатурата на Мугабе. <http://kubatanablogs.net/kubтана/>



#### ИстокЈугСеверЗапад

Кинескиот блогер Роланд Сунг стана значаен мост меѓу Кина и Западот благодарение на неговиот блог на кој преведува различни написи од дневните весници и блог-постови од кинески на англиски. <http://zonaeuropa.com/weblog.htm>



#### Ментална акробатика

Кениецот од Најроби, блогерот Дауди Вере покрива импресивна бројка теми, од кениската политика преку сеафриканскиот идентитет до напредокот на технологијата. [www.mentalacrobatics.com/think/](http://www.mentalacrobatics.com/think/)

**Тарум Бан** - се смета за првиот камбоџански блогер. Неговиот онлајн-дневник е редок поглед во животот на млад Камбоџанец од средната класа додека неговата земја заздравува од ерата на насилство на Црвените кмери и почнува да се интегрира во глобалната економија. <http://tharum.info/>

#### Konfused Kid

Еден од илјадниците ирачки бегалци кои живеат во Јордан, „Konfused Kid“ помага да се објасни комплексноста на ирачкото општество и арапскиот свет. <http://ejectiraqikkk.blogspot.com/>

#### Деси Пундит

Деси Пундит е уште еден групен блог на кој се опфатени теми поврзани со Индија и чишто автори се најчесто индиски блогери кои живеат низ светот. <http://desipundit.com/>

#### Blog Pasa en B.A.

Дури и градските власти - како оние во Буенос Аирес - блогираат. <http://www.buenosaires.gov.ar/blog/pasaenbsas>

## [ ЗОШТО ДА БЛОГИРАТЕ? ]

Десетици милиони луѓе низ целиот свет сега имаат блогови. Постојат блогови на повеќе од 100 различни јазици кои опфаќаат повеќе теми отколку што можете да замислите. Сепак, поголемиот дел од блоговите се пишуваат од Северна Америка, Источна Азија и од Западна Европа. Иако интернет-пристапот се рашири низ поголемиот дел од светот, учеството во овој нов, возбудлив, онлајн-разговор главно беше ограничуван само на Северната хемисфера. Се надеваме дека овие водичи ќе поттикнат поголемо креативно учество од поединци во т.н. свет во развој.

Различни луѓе имаат блогови од различни причини. Некои луѓе сакаат да ги снимаат своите животи за своите деца и внуци, и правнуци. И покрај тоа што ние никогаш нема да ги запознаеме нашите правнуци тие ќе бидат во можност да ги искушат нашите животи, како што ние тоа го правиме благодарение на она што го оставаме зад себе на интернет. За разлика од фотографиите и дневниците кои бледнеат и се распаѓаат со тек на време, она што е објавено на интернет, може да живее засекогаш.

Други имаат блогови, затоа што се страсни за одредена тема, прашање или хоби. Голем број блогови се фокусираат на технологија и политика, додека други се фокусираат на литература, уметност и фотографија. На други блогови се објаснува како да започнете бизнис, како да инвестирате пари или како да се работи попродуктивно. Книжевните блогови исто така стануваат сè попопуларни кога веќе етаблираните, како и новите писатели сега ги издаваат своите раскази на интернет.

Постојат блогови за тоа како да се биде подобар земјоделец, како да се биде подобар родител и како да се биде подобар гитарист. Всушност, доколку сте заинтересирани за нешто, најверојатно постои блог за тоа. (На следната страница ќе ги разгледаме начините за откривање блогови кои соодветствуваат на вашите интереси)

[ СТАДИИ НА СЛУЧАЈ: ]



Некои луѓе почнуваат да блогираат бидејќи сакаат да станат познати. Иако постојат неколку блогови кои секојдневно ги читаат десетици илјади луѓе, повеќето блогови имаат само 10-20 посветени читатели. Во времето кога имаше само неколку телевизиски и радиостаници, секој беше во потрага по своите 15 минути слава. Во ерата на интернет, сите се „познати“ на само околу 15 луѓе. Но поддршката, охрабрувањето и советите од тие 15 лица вредат многу повеќе и траат подолго отколку какви било 15 минути слава. Мал е бројот на блогови кои можат да остварат голема заработка преку реклами. Повеќето блогери можат да очекуваат само 3-10 долари месечно. Сепак, постојат и други начини на кои блогирањето може да ви помогне да ги остварите своите соншта. На многу луѓе им се понудени работни места или партнерства поради стручноста што ја покажуваат на одредена тема на нивниот блог.

## БЛОГИРАЊЕТО НЕМА ДА ВЕ НАПРАВИ ПОЗНАТИ ИЛИ БОГАТИ

Други пак, почнуваат да градат углед и се поканети да зборуваат на меѓународни конференции. Сопствениците на бизниси можат да пишуваат за нивните производи и услуги на начин кој е позначаен (и поевтин) од традиционалното рекламирање. Конечно, преку блогирањето запознавате луѓе со слични интереси кои можеби живеат илјадници милји од вас. Тие контакти може да бидат корисни во

случај да ви треба помош или дури ако имате само прашање. Може да добиете подобра претстава за тоа зошто луѓето почнуваат да блогираат доколку ги прочитате студиите на случаи на претходната страница.

## [ ПРОНАЈДЕТЕ НОВИ ГЛАСОВИ ]

На претходната страна беа дадени неколку примери за луѓе кои ги користат блоговите на креативен начин. Со посета на нивните блогови можете да добиете добра претстава за должината на нивните постови, коментарите што ги привлекуваат и стилот на нивното пишување. За разлика од стандардното новинарство, блогирањето има тенденција да биде повеќе неформално и разговорно. Вреден ресурс за наоѓање блогови кои одговараат на вашите интереси е веб-сајтот Technorati. Тој е сличен на Google, но наместо да го пребарува целиот интернет, пребарува само блогови во вид на граѓански медиуми, фотографии и видеа. На пример, да речеме дека живеете во Мексико и дека сакате да најдете блогови на кои се дискутира за вашата земја. Сè што треба да направите е да ја внесете адресата <http://technorati.com> во прелистувачот и да внесете „Mexico“. Потоа можете да пребарувате единствено по блогови, постови, фотографии или видеа. Доколку има премногу блогови и изгледа пренатрупано, можете да пребарувате според конкретниот град или соседство. Алтернативно, доколку сте љубител на одреден вид музика, фудбалер или книга, можете да извршите пребарување и да видите со кого имате исти интереси.



Танзанскиот блогер  
**Ндесењо Мача**  
пишува и на англиски и  
свахали за да може да  
комуницира со глобална и  
локална публика  
[digitalafrica.blogspot.com](http://digitalafrica.blogspot.com)

## [ АНОНИМНО БЛОГИРАЊЕ ]

Постојат многу причини за блогирање со вашето вистинско име, вклучувајќи ги кредибилитетот, искреноста и угледот. Но, некои луѓе живеат на места каде она што го пишуваат може да ја загрози нивната безбедност. Поради таа причина, Глобал војсис има составено водич за тоа како да блогирате анонимно и да го скриете вашиот идентитет на интернет.  
[advocacy.globalvoicesonline.org](http://advocacy.globalvoicesonline.org)



## АБИЈИТ НАДГУДА ОБЈАСНУВА ШТО ДОБИВА СО БЛОГИРАЊЕТО

### 01

**Пишувањето помага да мислите подобро и подлабоко**

Кога пишувате мисла и ја споделувате со другите, вие сте често принудени да ја преиспитате самокритички и искрено.

### 02

**Нема правила за блогирањето**

Можете да бидете креативни и инвентивни колку што сакате.

### 03

**Архива на вашиот мозок**  
Ако одвоиме 30 минути од секој ден за да ги запишеме нашите мисли и искуства, можеме да погледнеме назад и да видиме како сме созрале и како сме се промениле.

### 04

**Се поврзувате со луѓе кои инаку не би ги сретнале**

Со пишување сопствен блог и со читање на блоговите на другите можете да сретнете луѓе од други земји и култури со кои имате заеднички интереси.

<http://lorelle.wordpress.com/2007/08/06/why-blog/>





## [ ЗАБАВУВАЈТЕ СЕ ] [ ИЗБЕРЕТЕ ВЕСТИ ]

Се разбира, најбитно е да уживате во блогирањето и тоа да биде корисен и забавен начин за трошење на вашето време. Сега можеме да ги споделиме нашите искуства и приказни и можеме да се информираме за остатокот од светот од луѓе како нас.

Една од најкорисните аспекти на блоговите исто така може да се чини како најзбунувачки. Наместо да посетите десетици различни веб-сајтови, сега можете да ги прочитате сите најнови постови од сите ваши омилен блогови на само една веб-страница. Таа страница се нарекува агрегатор на фидови и е нешто како ваш сопствен интернет-весник - можете да изберете кои статии се појавуваат секојдневно, врз основа на блоговите на кои се имате претплатено.

Тоа е благодарение на технологијата RSS (или, Really Simple Syndication). Секогаш кога ќе објавите напис на вашиот блог, содржината на тој напис се појавува и на самиот блог и преку RSS што се прикажува на други веб-сајтови или преку софтверски програми на вашиот компјутер.

# [ ФОТОБЛОГЕРИ ]



Танзанискиот блогер Филемон Мсанги ги надополнува неговите постови со волшебни фотографии. [mwenyemacho.wordpress.com/](http://mwenyemacho.wordpress.com/)



Во својот фотоблог, Windy Skies, Анил П. документа сцени од секојдневниот живот во Индија. На сликата погоре, продавач на кокос приготвува освежителен пијалак. <http://windyskies.blogspot.com/>



Блогот на Емануел Бенса, Акра преку ден и ноќ, покажува секојдневни глетки од животот во главниот град на Гана. Често, сликите - како оваа погоре со продавачот на весници инспирираат куси коментари за животот во Акра. [accradailyphoto.blogspot.com/](http://accradailyphoto.blogspot.com/)



Сабри Хаким претставува една одлика на Јордан и Блискиот Исток, која повеќето од нас никогаш не би ја доживеале самите. <http://www.sabrihakim.com/>

## [ НЕКА ВАШИОТ ФОТОАПАРАТ ЗБОРУВА НАМЕСТО ВАС ]

Како што често велат: „слика кажува илјада зборови.“ Иако многумина од нас уживаат во пишувањето и читањето, други претпочитаат да комуницираат со слики. Во време кога дигиталните фотоапарати поевтинуваат и кога може да се слика со мобилните телефони, станува полесно да споделуваме фотографии од нашите пријатели, семејства и заедници со остатокот од светот.

Повеќето од нас немаат желба да станат професионални фотографи ние едноставно уживаме да го документаме она што го гледаме и да ги споделуваме тие фотографии со нашите пријатели и сите други што можеби се заинтересирани.

Во моментот постојат неколку веб-сајтови кои ви овозможуваат бесплатно да ги објавувате вашите фотографии на интернет. Исто така можете да објавувате фотографии на вашиот блог. Понекогаш најдобар начин да раскажете приказна на блог е со употреба на комбинација од фотографии и текст под нив.





## [ НАШИТЕ ФОТОАПАРАТИ НЕ ПОВРЗУВААТ ]

Нашите фотоапарати не поврзуваат

Веб-сајтовите како што се <http://flickr.com> и <http://picasa.com> не се само места на кои можете бесплатно да објавувате фотографии. Тие исто така, се заедници од групи, форуми и други социјални одлики. На пример, постојат многу групи посветени на спортски фотографии или фотографии од автомобили.

На вашите фотографии исто така можете да додадете географски информации и да погледнете мапа од светот за да дознаете кој друг објавува фотографии во градовите и селата (блиски и далечни).



<http://www.khosoof.com/> е еден од најпопуларните фотоблогови во Иран. Некои од неговите фотографии се објавуваат во BBC и Вашингтон пост. Неговата фотографија од жените-активистки во Иран привлече над 50.000 посети пати за само еден ден.



Во ова видео продуцирано од Џеј Дедмен, тајландската блогерка Чиранук на работилница во Банкок објаснува како се објавува видео на интернет.

## [ НАПРАВЕТЕ СВОЈ ФИЛМ ИЛИ ИНТЕРНЕТ ТВ-ЕМИСИЈА ]

Пред десетина години речиси сите филмови и телевизиски емисии се правеа во Холивуд, Калифорнија. За да гледате филм требаше да купите скап билет во киното. Многу луѓе сонуваа да станат познат актер, актерка, или режисер, но немавме ниту пари, ниту опрема за да ги оствариме нашите снитшта.

Сето тоа денес е сменето. За само 100 американски долари сега секој може да направи телевизиско шоу и да го дистрибуира на интернет. Сè што ви треба е видеокамера, компјутер, интернет-врска и идеја за шоуто.

Исто така, постојат различни начините на кои можете да ги користите вашите мобилни телефони за да снимате кратки видео клипови и потоа да ги објавувате на интернет. Некои новински веб-сајтови дури нудат симболични суми пари за луѓето кои на своите телефони ќе снимат видео од настани достоини за прикажување како вести.



## [ НО ПРЕТХОДНО, ЕДНО ПРЕДУПРЕДУВАЊЕ ]



Иако е многу забавно да се подготвува и да се гледа едно видео, потребно е многу повеќе време за продуцирање и за објавување на интернет. Бидејќи интернет-конекциите се сè уште бавни во поголемиот дел од светот, на луѓето им требаат преку два часа за да преземат само една интернет ТВ-емисија.

Очигледно, овде не спаѓаат луѓето кои пристапуваат на интернет од интернет-кафе. Од друга страна, обично не требаат повеќе од 5-10 секунди за да може да го видите блогот. Ако користите RSS читач како Google Reader, тогаш за само неколку секунди можете да ги прочитате најновите содржини од стотици или дури илјадници блогови.

Со други зборови, размислете што всушност сакате да постигнете и до кого се обидувате да допрете?

Што е целта на вашата интернет ТВ емисија и дали сте во можност да ги постигнете тие цели со користење на комбинација од фотографии и текст?

## СТУДИИ НА СЛУЧАЈ:

### Swajana

е збирка од видеа кои нудат поглед во секојдневниот живот во Индија.

Во неодамнешните видеа се опфатени духовни ацилаци, воншколски активности, како и млинот за брашно во близина.

[swajana.com](http://swajana.com)



### Something to be desired

е неделно интернет шоу комедија за животите на група неодамна дипломирани студенти кои живеат во Питсбург, САД.

[somethingtobedesired.com](http://somethingtobedesired.com)



### Alive in Mexico

е една од ретките двојазични видеоемисии на интернет кои го прикажуваат животот во Мексико на локалната и глобалната публика

[aliveinmexico.org](http://aliveinmexico.org)



Џорџија Паплвел, првиот поткастер од Карибите, интервјуира дете со летачки змеј во Тринадад и Тобаго. На радиото Caribbean Free Radio, таа интервјуира локални уметници и познати личности, споделувајќи малку познати аспекти на карипската култура со остатокот од светот. <http://www.caribbeanfreeradio.com/blog>

## [ ЗЕМЕТЕ ГО РАДИОТО СО ВАС ]

Исто како што сега секој може да произведе ТВ-шоу од неговата или нејзината спална соба, исто така е можно и редовно да креирате ваша сопствена радиопрограма и да ја дистрибуирате преку интернет. Овој нов вид на радио програма на интернет се нарекува „поткаст“ - комбинација од зборовите „broadcast“ (емитување) и „iPod“, популарниот mp3 плеер.

Интернет-телевизијата бара да седите пред вашиот компјутер за да ја гледате емисијата. Од друга страна, поткастот е нешто што можете да го понесете со себе и да го слушате во автомобилот додека сте на прошетка, или додека седите во автобус или метро. MP3 плеерите секој месец стануваат сè поевтини и многу нови мобилни телефони исто така ви овозможуваат да пуштате аудиодатотеки (како што се поткастите) на вашите слушалки.

Иако со поткастите не можете да ги видите изразите на лицето или подвижните слики што го прават видеото привлечно, со нив сепак можете да го слушнете тонот на гласот на лицето, звуците од неговата или нејзината земја, како и музиката. За разлика од традиционалните радиопрограми за кои е потребно да бидете во близина на радио во одреден ден и време од денот секоја недела, поткастите можете да ги слушате кога сакате. Ако мислите дека дел од програмата е здодевни, можете едноставно да премотате напред. Зарем не би било убаво да можеме да премотуваме напред при сите досадни делови на радио?

## ЗАШТИТЕТЕ ГИ ЧОВЕКОВИТЕ ПРАВА СО МОБИЛЕН ТЕЛЕФОН

[www.witness.org/hub](http://www.witness.org/hub)

Иако сè уште во зачеток, видеоцентарот WITNESS ќе биде партиципативен веб-сајт каде што секој, од секаде ќе може да качува содржини во врска со човековите права, односно содржини кои можат да се искористат за да се дејствува во насока на вршење промени. Доколку сте биле сведоци на полициска бруталност или кој било друг вид злоупотреба на човековите права, и сте го снимиле тоа на вашиот мобилен телефон или видеокамера, ова е начин безбедно и анонимно да го документирате она што се случило и да помогнете да се стави крај на тоа.





## [ КРИЕЈТИВ КОМОНС и КУЛТУРА НА СПОДЕЛУВАЊЕ ]

Штом луѓето ќе ја откријат моќта на поткастингот тие честопати сакаат да започнат музички поткаст за да ја споделат својата омилена музика со другите. За жал, повеќето песни се под ограничувања со авторски права, што значи дека прво морате да платите скап надомест на издавачката куќа. За среќа, многу музичари кои се повеќе заинтересирани за споделување на нивната музика отколку за заработката, започнуваат да ги објавуваат своите песни под лиценците Криејтив комонс, со кои ви овозможуваат да ги користите нивните дела доколку го наведете авторот.

Некои лиценци на Криејтив комонс дури и ви дозволуваат да правите ремикси од нивните песни и/или да заработувате од нив.

Еден пример за музички поткаст под лиценцата Криејтив комонс може да се најде на <http://indieish.com/revolution/>



### ШТО ВИ Е ПОТРЕБНО ЗА ПОТКАСТ

- МИКРОФОН** - или евтини слушалки со микрофон за Skype или за разговор преку интернет.
- КОМПЈУТЕР** - кој се наоѓа на тивко место, за да има малку бучава од околината.
- СОФТВЕР ЗА МОНТАЖА** - Во водичот насловен „Вовед во поткастинг“ ние ќе ви објасниме како да го користите слободниот софтвер Audacity за да уредувате и да продуцирате поткаст што звучи професионално.
- ИНТЕРНЕТ-КОНЕКЦИЈА** - Иако за поткастите е потребно многу помалку време за објавување на интернет во споредба со видеата, сепак може бидат потребни и до 30 минути за да се објави поткаст и 30 минути да се преземе поткаст.

[ „НАМЕСТО ДА ГИ МРАЗИШ МЕДИУМИТЕ,  
СОЗДАВАЈ МЕДИУМИ“ ]

### ОДЛИЧНИ ПОТКАСТИ:

**Шоуто Kamla Bhatt** е независно продуциран поткаст во кој се опишуваат аспекти на модерна Индија, кои за поголемиот дел од светот се непознати

[kamlabhattshow.com](http://kamlabhattshow.com)



**Tango City Tour** е продуциран во Буенос Аирес од двајца страсни љубители на танго музиката. Преку песните и музичарите кои тие ги претставуваат во секој поткаст, ние дознаваме повеќе за Буенос Аирес и за Аргентина.

[tangocitytour.com.ar/](http://tangocitytour.com.ar/)



**CitizenReporter.org**

со Bicyclemark е неделен поткаст продуциран од Американец со португалско потекло кој живее во Амстердам. Секоја недела тој опфаќа нова тема во нова земја и често ги интервјуира локалните блогери со цел подобро разбирање на најновите вести.

[bicyclemark.org/blog/](http://bicyclemark.org/blog/)



# [ ЗАКЛУЧОК ]



Разгледајте повеќе начини на кои интернетот има големо влијание врз глобалните медиуми и на начинот на кој комуницираме едни со други. Пред 10 години, многу малку луѓе учествуваа во процесот на создавање медиуми. Денес, професионалните медиуми, како што се дневните весници, списанијата, телевизиските емисии и радиопрограмите, сè уште постојат, но тие, исто така се дополнуваат со нова група создавачи на медиуми - секојдневните граѓани на светот, како што сме јас и ти.

Не е важно дали живеете во рурално село во Танзанија или во раздвижен голем град, како што е Пекинг - сега секој што има интернет-конекција може да учествува во процесот на создавање медиуми. Ако сметаме дека новинарите од нашата заедница не ги исполнуваат очекувањата, може да им покажеме како да се подобрат.

Овој возбудлив свет на блогови, поткасти и онлајн-видеа често се нарекува „граѓански медиуми“. Најверојатно нема да го замени традиционалното новинарство - нам сè уште ни требаат истражувачки извештаи од обучени професионалци. Но, онлајн-медиумите кои овозможуваат секој да земе учество и да го изрази своето мислење, мора да бидат првиот чекор кон светот кој овозможува поголемо учество, повеќе разновидност и поголема транспарентност.

## [ СЛЕДЕН ЧЕКОР - УЧЕСТВУВАЈТЕ ]

Се надеваме дека овој воведен водич ви овозможи подобро да ги разберете граѓанските медиуми. Се надеваме дека се чувствувате инспирирани да поминете извесно време во запознавање на некои од блоговите, поткастите, и ТВ-програмите на интернет кои ги наведовме како студии на случаи. И, пред сè, се надеваме дека овој вовед ќе ве инспирира да продолжите да ги користите граѓанските медиуми и да научите како да учествувате.

## [ ПРИДРУЖЕТЕ И СЕ НА ГЛОБАЛНАТА КОНВЕРЗАЦИЈА ]

Глобал војсис е заедница од граѓани-медиумски ентузијастички од целиот свет кои ја собираат, организираат и прошируваат глобалната конверзација на интернет.

Без разлика дали барате поткасти од Јапонија или фасцинантни фотографии од Македонија, Глобал војсис е онлајн-заедница од обични луѓе кои споделуваат приказни, фотографии, и мислења од нивниот дел во светот со вас.

Се надеваме дека ќе учествувате во конверзацијата.

[www.globalvoicesonline.org](http://www.globalvoicesonline.org)



## [ БЛОГОТ-ВЕТРАН ЏОИ ИТО им ги нуди овие пет совети на сите блогери ]

- 01** Бидете скромни - интернетот е големо место и веројатно е дека некој друг знае повеќе од нас за темата за која пишуваме. Но, тоа не значи дека не треба да пишуваме на таа тема, туку дека треба да се обидеме да не звучиме како сезнајковци.
- 02** Побарајте помош - доколку се соочувате со проблем за кој ви треба помош, прашајте ги вашите читатели. Тоа е, исто така, добар начин да се започне разговор.
- 03** Заземете став - други веб-сајтови како Википедија бараат неутралност и објективност, но блоговите се одлични места за изразување на мислење и за толеранција кон туѓите мислења што можеби се разликуваат од вашето.
- 04** Поврзување - пребарувајте низ други блогови пред самите да објавите нешто. Ако видите дека луѓе разговараат за слична тема, тогаш поставете линк до нивните постови. Обидете се да учествувате во разговорот, наместо да бидете само публика.
- 05** Пишувајте рано, пишувајте често - фокусирајте се на јасно пренесување на вашата поента. Добро е да се користи правилен правопис и граматика, но поважно е да се пишува и учествува.

[http://joi.ito.com/archives/2005/10/10/blogging\\_style.html](http://joi.ito.com/archives/2005/10/10/blogging_style.html)



# [ БЛОГИРАЈ ЗА КАУЗА ]

[ ВОДИЧ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ПРЕКУ БЛОГИРАЊЕ НА ГЛОБАЛ ВОЈСИС ]

- ОД МЕРИ ЦОЈС -



# [ ШТО Е ЗАСТАПУВАЊЕ ПРЕКУ БЛОГ ? ]

## [ 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 (темплејти) 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 бесплатни<sup>1</sup>). (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.

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.

## [ 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.

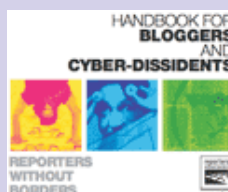


## [ КОРИСНИ ВОДИЧИ ]



### ВОДИЧ ЗА ЗАПОЗНАВАЊЕ СО ГЛОБАЛНИТЕ ГРАЃАНСКИ МЕДИУМИ

<<http://rising.globalvoicesonline.org/library/Introduction-to-Citizen-Media-EN.pdf>>



### ВОДИЧ ЗА БЛОГЕРИ И САЈБЕР ДЕСИДЕНТИ

<[http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook\\_bloggers\\_cyberdissidents-GB.pdf](http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf)>

<sup>1</sup>\* 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.



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.

## КОЈ ТРЕБА ДА ОТВОРИ 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 Alaa<sup>2</sup> (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 обидувахе да ги организира сите информации за нејзиниот сопруг преку нивниот заеднички блог Alaa and Manal's Bit Bucket <[www.manalaa.net](http://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 координирате 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.

### ОВИЕ ВИДЕА СО ДЕМОНСТРАЦИИ СЕ ИСТО ТАКА МНОГУ КОРИСНИ



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



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

<sup>2</sup> 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.

**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](http://www.freemonem.cybversion.org)>, Слобода за Фуад (Free Fouad) <<http://en.freefouad.com>> и Слобода за Карем (Free Kareem) <[www.freekareem.org](http://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>>.

**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](http://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://facthai.wordpress.com>>. Други значајни блогови се Кубатана (Kubatana), <[www.kubatana.net](http://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://www.dontforgetburma.org)>



<<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

SEA-EAT



<<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

Kubatana



Censorship.cybversion

<<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



Еден блог кој бил почнат како блог за криза, понекогаш станува блог за проблематика кога неправдата не е решена за кусо време. Дobar 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.

## КОГА БЛОГОТ ЗА КРИЗА СТАНУВА БЛОГ ЗА ПРОБЛЕМАТИКА

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](http://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.

### 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

### 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

### Netzpolitik

<<http://netzpolitik.org>>



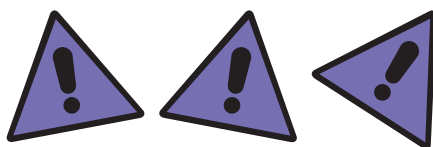
**Вид:** Блог за проблематика  
**Причина:** Да се промовираат слободниот софтвер, правата на интернет-корисниците и слободата на изразување во сајбер-просторот.  
**Земја:** Германија  
**Јазик:** Англиски, Германски

### 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 ВОДИЧ 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](http://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](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 БЛОГОВИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ]

**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.

**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 виџети 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 беџови). За покомплексни графички презентации, како видеа, би било добро да најдеш некој кој е специјализиран за креирање видеа.

**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 НВОи<sup>3</sup> 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.

## ПРИМЕРИ ЗА 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:** Спротивставување на дискриминацијата во Гуана врз основа на сексуална ориентација.

**Земја:** Гуана

**Јазик:** Англиски

## 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 18, 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.

### ПРИМЕРИ ЗА 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 документа интерент-цензурата во Мароко.

**Земја:** Мароко  
**Јазик:** Француски

### 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 беџ, 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](http://www.YouTube.com) и [www.DailyMotion.com](http://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](http://freemonem.cybversion.org/video_multimedia))

### Беџови:

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

### Врска 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](http://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 секој од твоите постови и потоа луѓето може да го најдат твојот пост на веб-страницата Technorati ако ги пребаруваат тие термини.

## ПРОМОВИРАЈ ГО ТВОЈОТ БЛОГ

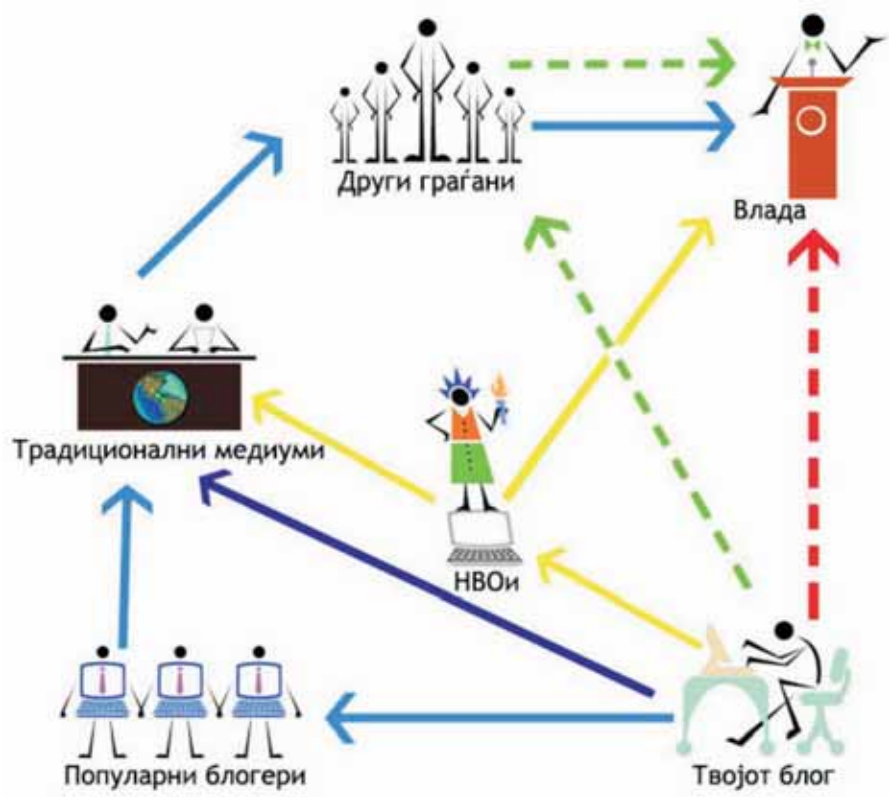
Имаш тим и веќе креираше блог. Честитки! Сега почнува вистинската работа. Ти треба да ја промовираш твојата кауза за да се обидеш да ја поправиш неправдата против која се бориш.

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 попушти 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 праќаш 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 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.



- 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.

### ПРИМЕРИ ЗА БЛОГОВИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ



**OurKingdom**  
 <<http://ourkingdom.opendemocracy.net>>  
**Вид:** Блог за проблематика  
**Кауза:** Застапување за демократски устав во Обединетото Кралство.  
**Земја:** Обединето 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

## 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.

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 испрекината, 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

## 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 испрекината, 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?

## 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 [темносива 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.

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:<sup>4</sup>

### 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.

### ПРИМЕРИ ЗА БЛОГОВИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ



#### FACT Thai

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

**Вид:** Блог за проблематика

**Кауза:** Спротивставување на интернет-цензурата во Тајланд.

**Земја:** Тајланд

**Јазик:** 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



## 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.

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 јавност:<sup>5</sup>

### [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 ѝ дава кредибилитет на твојата кауза, затоа одбележи го забележително на твојата страница.

### ПРИМЕРИ ЗА БЛОГОВИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ



#### World Bank President

<[www.worldbankpresident.org](http://www.worldbankpresident.org)>

**Вид:** Блог за проблематика

**Кауза:** да се даде светло на „медиумското покриве, 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



#### 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

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



## 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.)

## 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 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.<sup>6</sup>

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, BBC 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.

<sup>6</sup>\* 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).



# [ 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<sup>7</sup>.

## ТИ СИ ВОДАЧ НА ЗАЕДНИЦАТА ]

Сфати дека си водач и организатор на заедница и дека луѓето кои го посетуваат твојот блог се заинтересирани за темата и

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“<sup>8</sup>. 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 ЗАЕДНИЦАТА ]

\* 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](http://www.freepolls.com) или [www.pollhost.com](http://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](http://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.

<sup>7</sup>\* Коавтор на овој дел е Керол Дар (Carol Darr), поранешен директор на Институтот за политика, демократија и интернет на универзитетот Џорџ Вашингтон  
<sup>8</sup>\* “Poli-fluentials: The New Political Kingmakers,” достапно на [www.ipdi.org/Publications/default.aspx](http://www.ipdi.org/Publications/default.aspx)

\* **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 обрнат 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.

\* **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](http://www.thepetitionsite.com/create-online-petition) или на [www.ipetitions.com](http://www.ipetitions.com), а потоа постави врска до петицијата на твојот блог за застапување.

- Организацијата за меѓународен дигитален активизам Авааз <[www.avaaz.org](http://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-беџови 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](http://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 ветице (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 беџови 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](http://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.

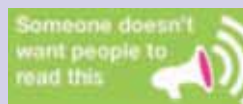
- Беџовите во блоговите за застапување како оние споменати во претходните два примера се примери на онлајн-дисплеи.

\* 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.



## ПРИМЕРИ ЗА БЕЏОВИ



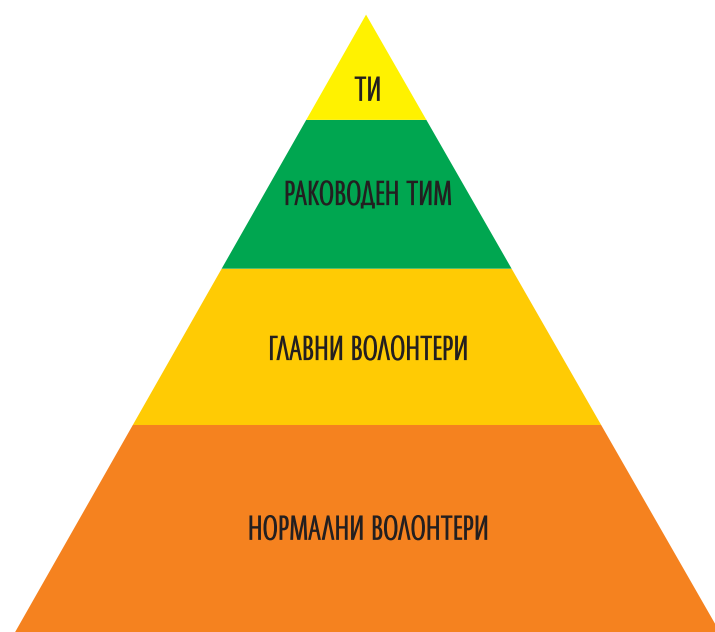


## МОБИЛИЗИРАЈ ЈА ТВОЈАТА ЗАЕДНИЦА - НЕКА БИДЕ ЛЕСНО

- 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 покус. 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 ѝ 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.

# [ БИДИ БЕЗБЕДЕН ]



ЗАСТАПУВАЊЕТО ЧЕСТО ВКЛУЧУВА И ЗАЗЕМАЊЕ НЕПОПУЛАРНИ И КОНТРАВЕРЗНИ ПОЗИЦИИ И КРИТИКУВАЊЕ НА МОКНИ 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 Tor 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](http://www.rsf.org/IMG/pdf/handbook_bloggers_cyberdissidents-GB.pdf)



⚠️ ⚠️ ⚠️ СЕГА ИЗЛЕЗЕТЕ И СМЕНЕТЕ ГО СВЕТОТ ⚠️ ⚠️ ⚠️



# [ ВКРСТЕНО ОБЈАВУВАЊЕ ]



ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ



[ ВОВЕД ВО ЕФЕКТИВНО ИНТЕГРИРАЊЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ ]





Овој водич нуди кус вовед во користењето вкрстено објавување при водење онлајн-кампања за застапување на некоја кауза. Во него се разгледуваат различни веб 2.0 алатки, прикажувајќи успешни примери каде што вкрстеното објавување е користено за застапување. Водичот, исто така, ги содржи предностите и недостатоците на техниката на вкрстено објавување.



## ПОДОБРИ ЈА ТВОЈАТА ОНЛАЈН-КАМПАЊА ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ



Една успешна и ефективна онлајн-кампања вклучува различни стратегии со цел од една страна да се подигне свеста и да се промовира пораката, а од друга страна да се достигне што подалеку и да се привлечат нови поддржувачи, кои ќе дејствуваат во корист на вашата цел.

Благодарение на широко распространетата достапност на сите типови содржини на интернет, сега можете да го зголемите опсегот на вашата онлајн-кампања со автоматско и инстантно вкрстено објавување на вашиот блог или веб-сајт на различни веб 2.0 сервиси, како што се макро и микросервисите за блогирање (Twitter, Facebook, MySpace итн.). Ова е уште еден начин за градење заедници и поврзување со публиката, а може да има и поголем импакт на вашата кампања, особено за привлекување на вниманието на луѓето кои никогаш не го посетиле вашиот сајт.

Напишете на вашиот блог и веб-сајт не се посебни написи. Тие може да се појават истовремено на безброј веб-платформи, привлекувајќи го вниманието на нова публика и отворајќи нови канали за комуникација со групи кои се надвор од кругот на вашите најлојални поддржувачи. Вашиот блог и веб-сајт може да останат вашиот примарен медиум за содржина, но бидејќи само неколку читатели ќе ве следат на Twitter или се претплатени на вашиот RSS фид, овој пристап на широка распространетост има потенцијал да вклучи повеќе луѓе во вашата цел и да ги поттикне да споделат линкови, да потпишат електронски петиции, да испратат имејл-пораки, па дури и да донираат.

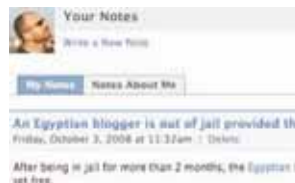




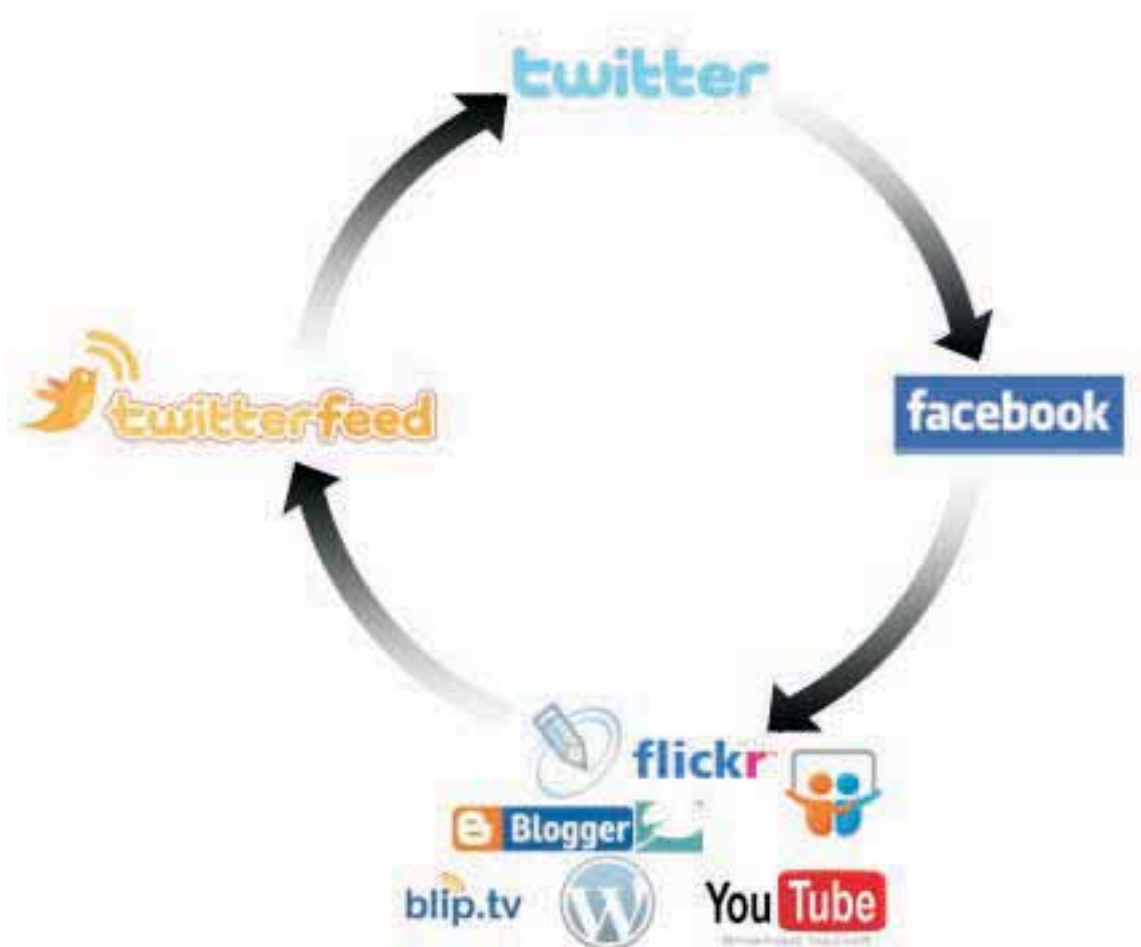
Постојат повеќе предности на овој пристап. Првата е дека привлекувате повеќе посетители, а со тоа и потенцијални поддржувачи на блогот на кампањата. Исто така, го има ефектот на продолжување на животот на вашите блог-постови и написи на веб-сајтот со генерирање циклус на споделување и промоција, кој лесно може да биде забележан од пребарувачите како Google.



## ПРИМЕР ЗА ОБЈАВУВАЊЕ НА ИСТИОТ ПОСТ НА РАЗЛИЧНИ ПЛАТФОРМИ



Овие е-кампањски тактики бараат основно познавање на голем број софтвери и веб-апликации, како што се сервисите за макро и микроблогирање, сајтови за социјално обележување и социјални мрежи. Ќе треба да креирате профил на секој од овие сервиси за тие да можат да комуницираат меѓу себе, за вашите новости и линкови да се појавуваат веднаш и автоматски откако ќе ги објавите. Покрај ова, како што е прикажано на илустрацијата подолу, покрај додавањето на фидот од вашиот блог или веб-сајт на белешките (Notes) во Facebook, може да се додадат и други фидови, како, на пример, линкови до вашите видеа на Јутјуб, фотографии на Flickr, ваши презентации и поткасти.



За овој пример, претпоставувам дека веќе имате профил на Twitter и Facebook (ако ги немате, креирајте ги). Првата работа што ќе ја направиме е да креираме профил на Twitterfeed и да креираме нов фид, кој автоматски ќе објавува пост од вашиот блог или веб-сајт на Twitter. За да може да се креира, ќе ви биде потребен OpenID профил за да се најавите за сервисот. (доколку немате креирајте).

Twitterfeed објавува максимален број карактери од насловот и описот на постот за да може да се вметне во лимитот на Twitter од 140 карактери, заедно со скратен линк до оригиналниот пост. Го поддржува TinyURL и други алтернативни сервиси за скратување на веб-адресите, кои долгиот линк го претвораат во краток. Исто така, постои опција за додавање префикс на вашите „твитови“, што е многу корисно доколку планирате да импортирате повеќе од еден RSS фид на вашиот Twitterfeed профил.

Примери за префикс се:

- „Ново на мојот блог:“,
- „Моето најново видео на YouTube:“,
- „Мојата најнова фотографија на Flickr:“ итн.



## КАКО ДА ГО ОБЈАВИШ ТВОЈОТ БЛОГ ИЛИ ВЕБ-САЈТ НА TWITTER

- 1 Откако ќе се најавите на Twitterfeed, кликнете на копчето „Create new Twitter feed“ (Креирај нов Twitter фид)
- 2 На следната страница внесете ги вашите детали за Twitter профилот (корисничко име и лозинка), потоа линкот до RSS фидот од вашиот блог или веб-сајт. Проверете дали се селектирани полињата „include item link“ (Вклучи го линкот) и „Active“ (Активен)

### Create new feed

Username:  Password:  test twitter authentication

RSS Feed URL:  test rss feed

Update frequency:  Post up to  new updates each time  
[ Update Frequency describes how often we check your feed for new posts. The very first time we check, we post the most recent entry only, and after that, any new entries since the last time we checked. ]

Include ...

Include item link (if unchecked, sends tweet without the link) Shorten link through

Post new items based on

Prefix each tweet with:  (max. 20 characters)

Filter by keywords: [no filter]

Active (if unchecked, this twitterfeed will be inactive, and will not post to twitter)

- 3 Откако ќе ги внесете информациите, секогаш може да ги промените вашите фидови, да ги направите неактивни или да ги избришете.

ifikra  <http://advocacy.globalvoicesonline.org/feed> Every hour





## ОСВЕЖУВАЈТЕ ГО ВАШИОТ СТАТУС НА FACEBOOK ПРЕКУ TWITTER



Сега, откако вашите блог-постови се прикажуваат на Twitter, следниот чекор е да се активира апликацијата на Facebook за Twitter, која ги импортира вашите „твитови“ во Facebook. Откако ја додадете Twitter апликацијата, вклучете ја опцијата која му дозволува на Twitter автоматски да го обновува вашиот статус на профилот на Facebook. Доколку користите MySpace, Twitter Sync ви дозволува да го синхронизирате вашето расположение со Twitter.



## FEEDBLITZ ОДИ ЕДЕН ЧЕКОР ПОНАПРЕД СО АВТОМАТСКО ДОСТАВУВАЊЕ ИМЕЈЛ И ИНСТАНТ ПОРАКИТЕ

Додека Twitter го освежува вашиот Facebook профил, FeedBlitz (веб 2.0 партнер сервис на Feedburner, кој ви помага да ја оптимизирате дистрибуцијата на вашата содржина) нуди уште повеќе опции со автоматско доставување имејл и инстант-пораки (IM), испраќајќи ги вашите известувања и новости автоматски на Twitter, Skype, AOL инстант месинџер, MSN месинџер и Yahoo! месинџер. Дури и ако RSS фидовите се многу популарни, многу луѓе сè уште преферираат имејл-билтени. Користењето на веб 2.0 сервиси, како што се Feedburner и FeedBlitz, кои го автоматизираат објавувањето, доставувањето и претплатувањето на имејл-билтените, ви помагаат да допрете до вашите претплатници многу едноставно.

Start your FREE subscription to ...

1. Enter your email address:

Get your updates via:

- Email
- Skype
- AOL Instant Messenger
- Microsoft Messenger
- Twitter
- Yahoo! Messenger

**FeedBlitz Subscription Options**

## НЕКОЛКУ АРГУМЕНТИ ПРОТИВ КОРИСТЕЊЕТО ВКРСТЕНО ОБЈАВУВАЊЕ



Повеќето аргументи дадени против техниката на вкрстено објавување се точни. Претворањето на аспектот на линкување на Twitter, Plurk и другите микроблогирачки сервиси во платформа на објавување за вашата кампања може да биде прифатено како спамирање и излишно од вашите пријатели, следбеници и претплатници. Може да им здодее да ги гледаат истите новости на вашиот блог, Twitter, Facebook, RSS итн.

Меѓутоа, правилното и интелигентно користење на техниката ќе придонесе за значителни резултати преку процесот на интернет-споделување. Пронаоѓањето иновативни и соодветни начини за користење на тактиката ќе помогне во подобрување на целокупната ефективност на стратегијата за одржување контакт со вашата публика и намалување на редундантноста. Исто така, внимавајте на фактот дека како и сите други тактики, оваа може да ја зголеми или да ја намали вредноста на вашата е-кампања, во зависност од тоа како ја користите.



## ПРИМЕР ЗА КАКО ДА ЈА КОРИСТИТЕ ТЕХНИКАТА НА ВКРСТЕНО ОБЈАВУВАЊЕ

Некои дигитални активисти, од земји со широко распространета интернет-цензура, ја користат оваа тактика за автоматски да ја известуваат својата публика за нови „огледала“ на нивните блокирани/цензурирани сајтови и блогови.



Значи, наместо да трошат време во испраќање имејл и да ги полнат сандачињата на нивните претплатници, апликациите како Facebook, Twitter ја вршат работата на прикажување на новата адреса до нивниот сајт, избегнувајќи ги цензурите и испраќајќи ја пораката.

## ПРОВЕРЕТИ ГИ НАШИТЕ ДРУГИ ВОДИЧИ ЗА 2.0 ЗАСТАПУВАЊЕ

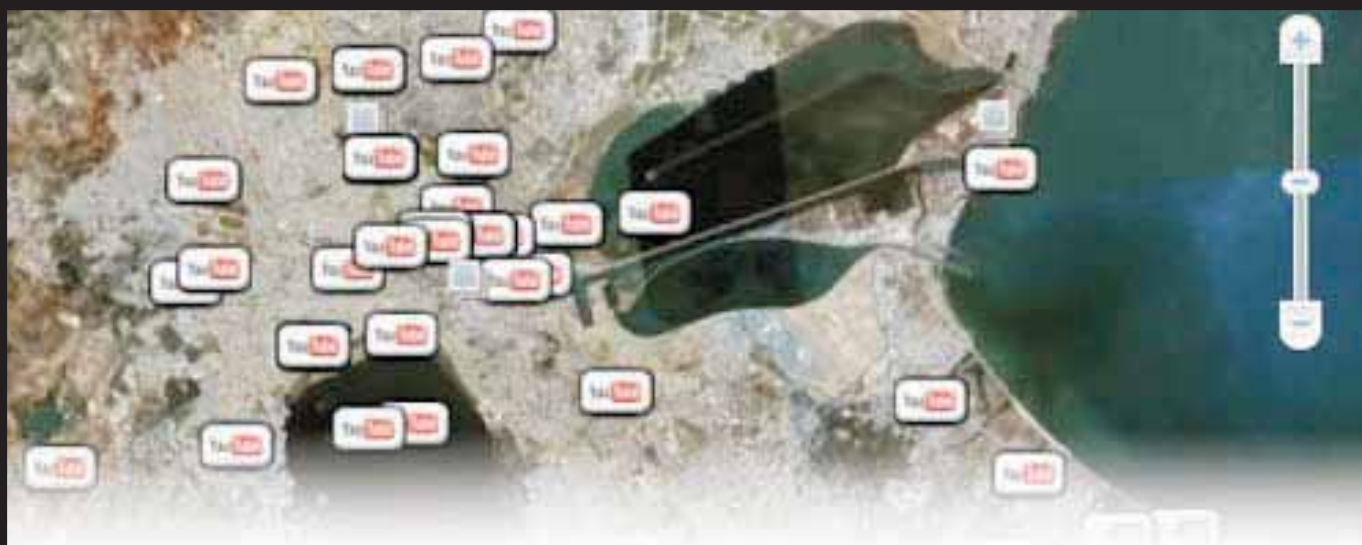


Геобомбардирање е една од техниките кои може да се искористат со цел да се постигне поуспешно распространување на вашите YouTube видеокампањи преку апликациите на Google за мапирање, како што се Google Maps и Google Earth. Сега може да ги гледате вашите геотагирани видеа во Google Earth и Google Maps. Секое YouTube видео со геотаг ќе биде прикажано кога YouTube слојот од Google Earth/Maps е вклучен.

# ГЕОБОМБАРДИРАЊЕ



# ГЕОБОМБАРДИРАЊЕ



## Your YouTube videos on Google Earth

Геобомбардирање (географско бомбардирање) е една од техниките кои може да се искористат со цел да се постигне поуспешно распространување на вашите YouTube видеокампани преку апликациите на Google за мапирање, како што се Google Maps и Google Earth. Сега може да ги гледате вашите геотагирани видеа во Google Earth и Google Maps. Секое YouTube видео со геотег ќе биде прикажано кога YouTube слојот од Google Earth/Maps е вклучен.

## УСПЕШНО КОРИСТЕЊЕ НА ТЕХНИКАТА ЗА ГЕОБОМБАРДИРАЊЕ

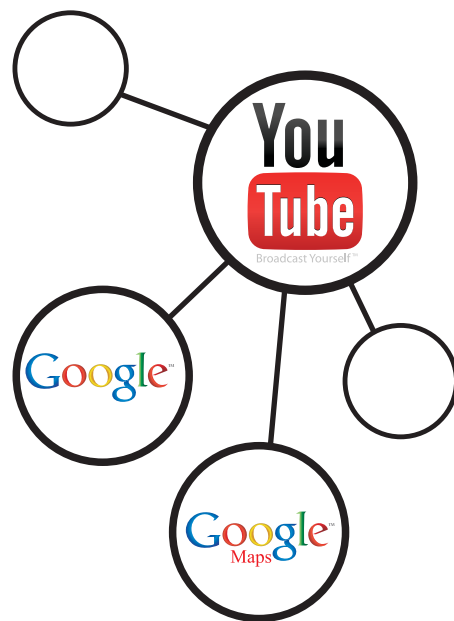
Оваа техника е користена од страна на активист од Тунис, од колективниот блог Nawaat.org за да поврзе десетици видеа со изјави од туниски политички затвореници и бранители на човекови права со локацијата на туниската претседателска палата на Google Earth.

Сега кога ќе дојдете над туниската претседателска палата на Google Earth ќе ја видите покриена со истите оние видеа за граѓанска слобода, кои Бен Али се обидуваше да ги сокрие од туниските нетизени со блокирање на двата веб сајта за споделување на видеа Youtube и DailyMotion.

### РЕЦЕНЗИИ

Туниските активисти и нивните сојузници организираа „дигитално позиционирање“, поврзаа десетина видеа за цивилна слобода за сликата на претседателската палата на Google Earth. Тие ја претворија воздржаната сторија за човекови права во модерна глобална кампања. **The Economist**.

Зачудувачки е колку ретко досега имало бомбардирање со Google Earth, земајќи во предвид колку е популарна апликацијата (...) Време е да се дефинира „геобомбардирањето со Google“ или „Google Earth бомбардирањето“, тогаш (...) дури и дефиницијата да не е доволно јасна, нема сомневање дека геобомбардирањето со Google е одлична, евтина промоција на герилците. **Ogle Earth**



ГЕОТАГИРАЊЕТО НА ВАШИТЕ ВИДЕА Е  
ОДЛИЧЕН НАЧИН ЗА СПОДЕЛУВАЊЕ НА  
ИСКУСТВА СО ВАШИТЕ ПОСЕТИТЕЛИ.





## КАКО ДА ГЕОТАГИРАТЕ НА ВАШЕТО ВИДЕО?

### КАКО ДА ГЕОТАГИРАТЕ НА ВАШЕТО ВИДЕО?

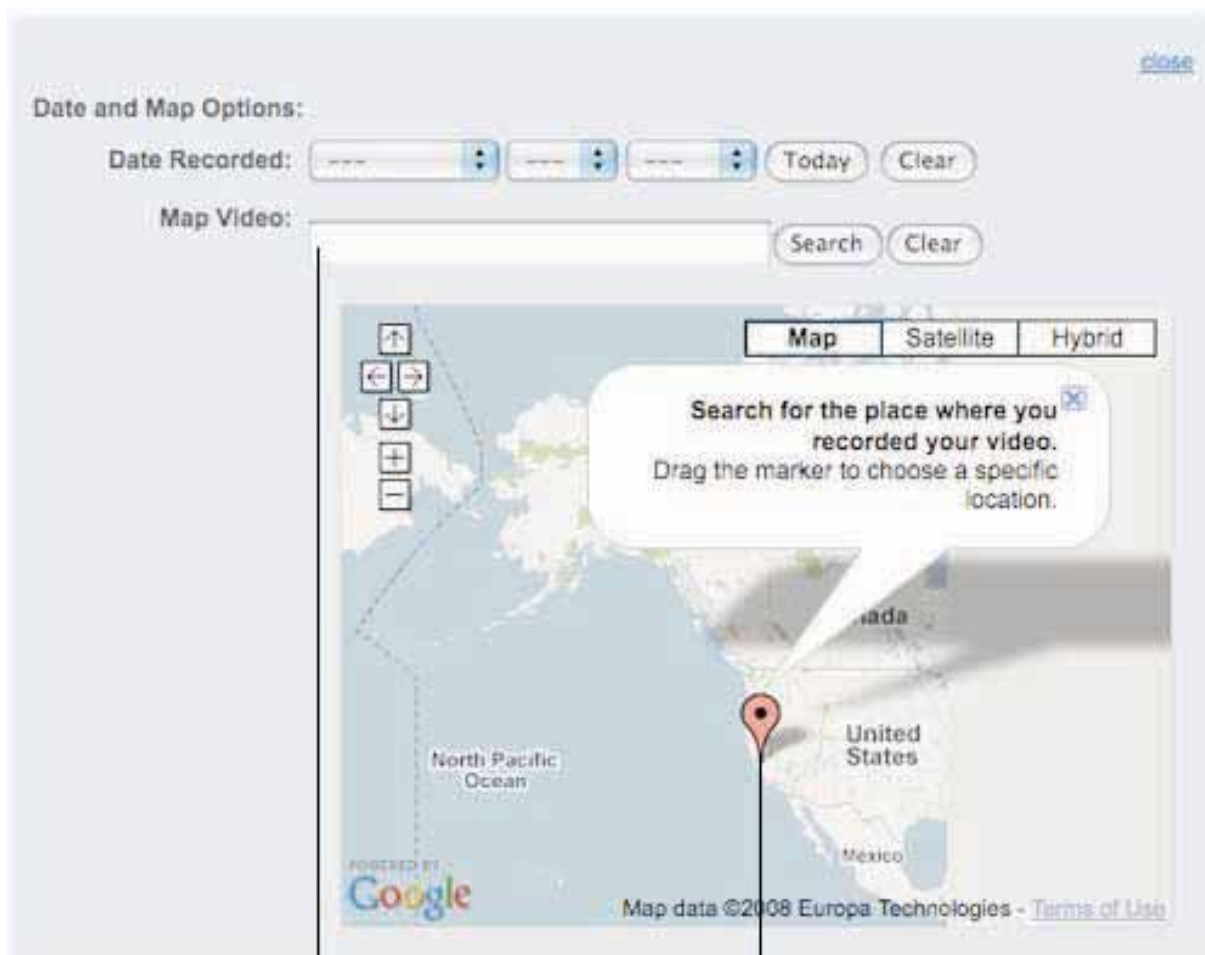
За време на процесот на поставувањето на видео на YouTube, може да додадете геотаг на вашето видео со локација:

Може да додадете географска локација на кое било од вашите стари и нови видеа на Youtube:

- ★ Изменете го вашето видео (Edit your video);
- ★ Кликнете на опцијата „date and map“;
- ★ Додадете географска ширина и должина или внесете град или место;
- ★ Може да го користите полето за пребарување или да го поместувате маркерот за да ја изберете локацијата.



Click the "Date and Map Options" to display the maplet



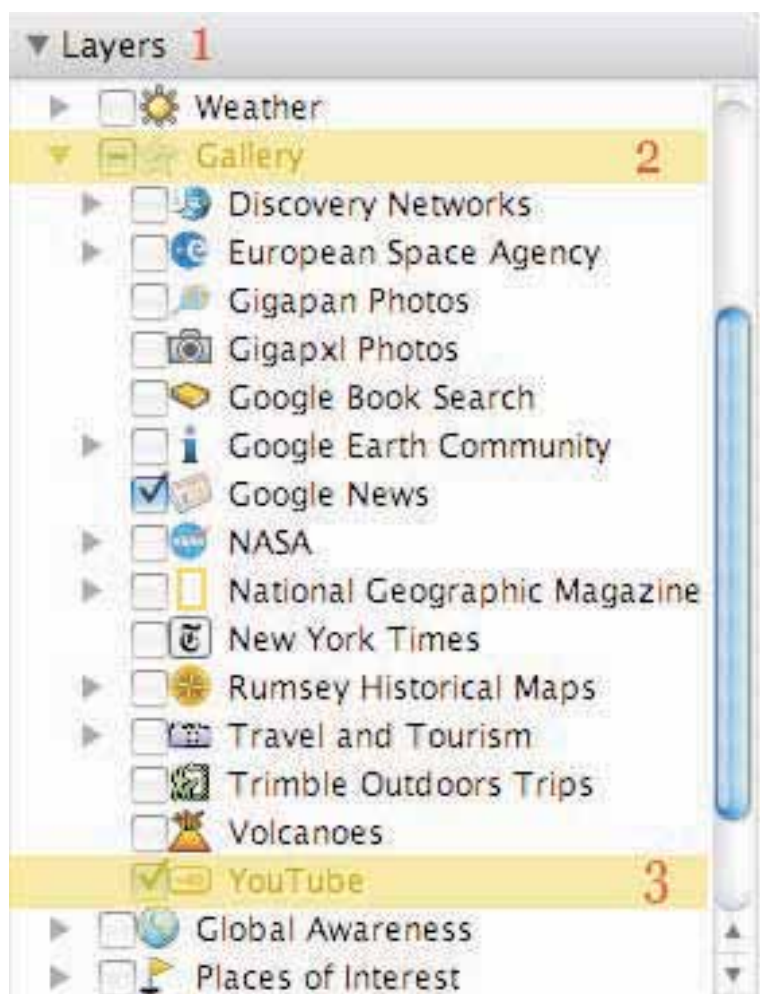
drag the marker or use the search browser to choose a specific location

Откако е зачувана локацијата и видеото е поставено, тоа ќе се појави во Google Earth.



## КАКО ДА ПРИКАЖЕТЕ ГЕОТАГИРАНО YOUTUBE ВИДЕО ВО GOOGLE EARTH

За да го активирате YouTube слојот во Google Earth, треба да го отворите менито „Layers (слоеви)“, од левата страна на Google Earth. Со прикажување од нодот „Gallery (галерија)“ од дрвото на слоевите, ќе се прикаже слојот YouTube. Откако ќе го селектирате YouTube слојот ќе се прикажат сите YouTube икони од целиот свет.



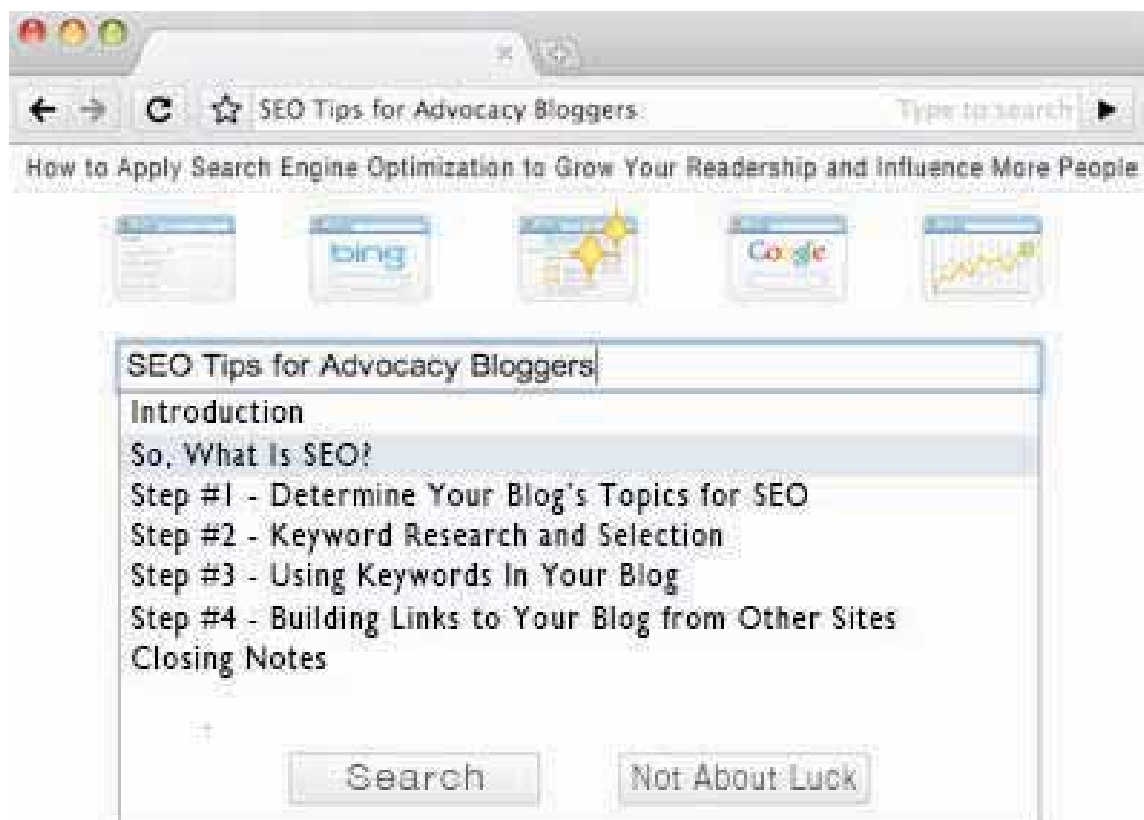


# СОВЕТИ ЗА БЛОГЕРИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ



# КАКО?

Како да оптимизирате за пребарувачите за да го зголемите бројот на читатели и да влијаете врз повеќе луѓе





## ВОВЕД

Безброј блогери за застапување од целиот свет, секој ден блогираат од срце, бидејќи сакаат да бидат слушнати и посакуваат да создадат позитивна промена.

Меѓутоа, реалноста е дека за многумина од нас, тоа може да биде фрустрирачко искуство.

Сепак, голем дел од индивидуалните блогови имаат многу мал број посети. Вие пишувате и објавувате, но многу малку луѓе читаат што вие имате да кажете.

Многу малку луѓе коментираат.

Добрата вест е дека ситуацијата не мора да биде толку демотивирачка за блогерите кои го поминуваат овој процес.

Во оваа ситуација ќе ви помогне овој водич. Неговата цел е да објасни што е оптимизација за пребарувачи, нејзината важност и како блогерите за застапување може да ја користат за:

1. Да го зголемат бројот на посети и читатели
2. Да влијаат врз мислењата на оние што ги користат пребарувачите

Значи, ако сте блогер за застапување или сакате да бидете, подгответе се, бидејќи со овој водич ќе научите неколку поедноставени трикови за оптимизација за пребарувачите.

Кул?

Тогаш во ред, ајде да почнеме. :)

## ЗНАЧИ, ШТО Е SEO?

SEO е кратенка од оптимизација за пребарувачи (search engine optimization), која опфаќа совети и најдобри практики со кои може да го зголемите рангот на вашиот блог кај пребарувачите како Google и Yahoo.

Целта е едноставна: вашиот блог да се појавува високо во листата на првата страница на пребарувачите при пребарување на релевантни клучни зборови.

На пример, ако имате блог на кој се пишува за онлајн-цензурата, тогаш идеално, вие сакате блогот да биде високо рангиран кај пребарувачите за клучните зборови поврзани со таа тема.

Бенефитите од ова се очигледни. Прво, ќе го зголемите бројот на читатели на вашиот блог благодарение на луѓето кои ќе кликнат на линкот од вашиот блог во резултатите од пребарувачите.

Исто така, сè додека вашиот ранг остане висок, ќе продолжите да добивате таргетирани посетители со месеци, ако не и со години. Второ, со повеќе посети, вашето застапување ќе создаде поголемо влијание.

Применувањето на едноставно оптимизирање за пребарувачите е лесно, но потребни се трпеливост и доследност пред да почнете да добивате значајни резултати.

А сега, ајде да почнеме да го дискутираме првиот чекор.

## ЧЕКОР #1 - ОДРЕДЕТЕ ГИ ТЕМИТЕ НА ВАШИОТ БЛОГ ЗА SEO

Кога станува збор за оптимизација за пребарувачите, многу е важно да одредите реални цели. Едноставно не може да очекувате вашиот блог да биде високорангиран за илјадници клучни зборови.

Мора да дејствувате стратешки, а првиот чекор за да го достигнете е да одлучите кои се специфичните теми за кои сакате да постигнете високо рангирање.

Второ, мора да бидете свесни за конкуренцијата, која веќе доминира на пребарувачите со клучните зборови кои вие сакате да ги користите. За популарните клучни зборови, како „Африка“, „тенис“ или „Вол стрит“, многу е тешко да се постигне високо рангирање. Големите и важни веб-сајтови, кои имаат добра репутација, како Википедија, обично ги имаат зафатено високите позиции за популарните клучни зборови.

Трето, вие би сакале да ги насочите вашите напори на мали и специфични теми. На пример, ако планирате да пишувате за Африка, не избирајте „Африка“ за клучен збор во насловот на вашиот блог-пост. Тоа е премногу широка тема. Наместо тој збор, може да изберете специфична тема како „Избори во Кенија“.

Четврто, вие очигледно сакате да се осигурите дека има соодветна публика која ќе ја бара информацијата што вие ќе ја понудите. Ако го оптимизирате постот за клучните зборови „губење тежина за розови мајмуни“, најверојатно многу лесно ќе го постигнете првото место при пребарување на Google.

Но, не славете веднаш, бидејќи постојат некаде околу 12 луѓе кои ја бараат таа тема годишно. Можеби не точно 12, ама знаете што мислам. Тоа е многу мала, речиси непостоечка публика.

За специјализирани блогери, кои се фокусирани за една главна тема како права на мигрантите, наоѓањето клучни зборови е многу едноставен процес.

Ако покривате општи теми, не може да очекувате висок ранг за сите теми. Ќе мора да се фокусирате на една или на две теми, на кои најчесто блогирате.

Запаметете, изберете конкретна тема. Значи, јасно е?  
Супер, следен чекор.

## ЧЕКОР #2 - ИСТРАЖУВАЊЕ И СЕЛЕКЦИЈА НА КЛУЧНИ ЗБОРОВИ

Досега, веројатно се запрашавте „во ред, ги избрав моите теми, но како да ги избирам правилните клучни зборови, кои ќе ги користам на мојот блог?“

Добро прашање.

Кажете ù здраво на алатката на Google за истражување клучни зборови. Бесплатна е, брза и лесна за користење. За да ја најдете, отворете го Google и барајте „Google keyword tool“.



Алатката ви овозможува да ја видите проценката на сообраќајот (посетите) за еден месец за пребарување по одреден клучен збор или фраза од Google.

Алатката, исто така, генерира листа од поврзани клучни зборови и прикажува колку сообраќај (посети) тие би овозможиле преку Google.

Овие податоци би требало да ви помогнат за да добиете подобра идеја за тоа што вашата публика, која го посетува Google, пребарува и притоа е поврзано со вашите теми.



Keywords	Global Monthly Search Volume
<b>Keywords related to term(s) entered - sort by relevance</b>	
kenya election	8,100
kenya elections	2,900
post election violence kenya	2,900
elections in kenya	720
kenya elections 2007	590
kenya elections violence	170
kenya elections 2008	91

Од фотографијата погоре може да видиме дека фразата „избори во Кенија“, по проценка на Google се пребарува 2.900 пати месечно.

Ова е солидна бројка, а кога јас извршив пребарување на Google, погодете што се појави на првата страна. Да, блог-пост од Global Voices Online. Не е лошо.



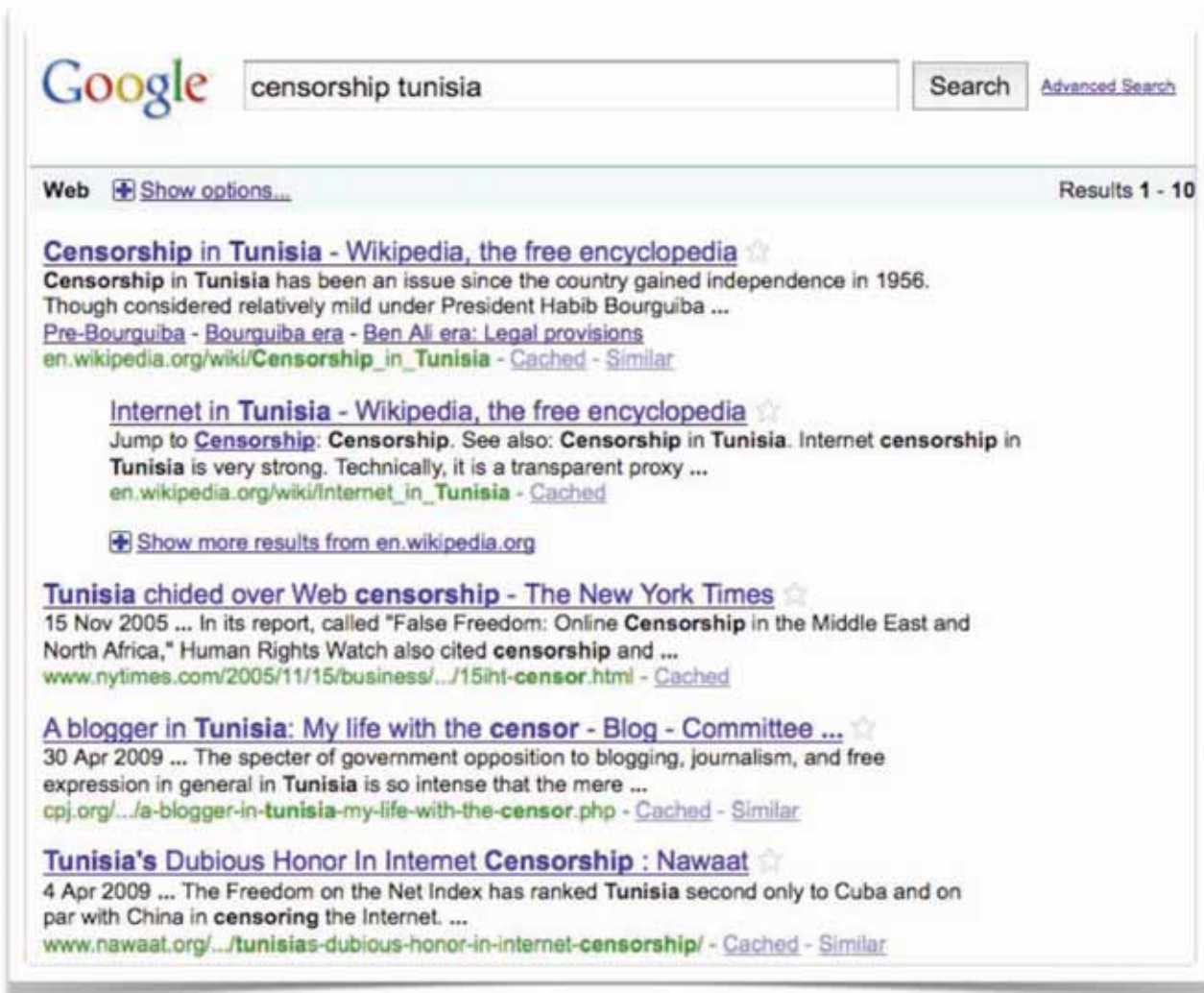
[Global Voices Online » Kenya Elections Aftermath 2008](#)  
Kenyan election day On Dec. 27, 2007 a surprise victory for former president Mwai Kibaki (PNU) in the Kenyan presidential election was followed by arson and ...  
[globalvoicesonline.org/.../kenya-elections-aftermath-2008/](#) - Cached - Site

**Searches related to kenya elections**

<a href="#">kenya elections 2008</a>	<a href="#">kenya elections obama</a>	<a href="#">africa elections</a>
<a href="#">kenya news</a>	<a href="#">daily nation</a>	<a href="#">raila odinga</a>

First page ranking    
1 2

Сега, ајде да видиме уште примери. Кога ќе побарам на Google „цензура Тунис“ ми се појавија овие резултати на првата страна:



Првите два линка се од Википедија, третиот линк е од Њујорк тајмс, четвртиот од сајтот на Комитетот за заштита на новинарите и последниот е од Nawaat, веб-сајт воден од туниски активисти, кои се борат за слобода во Тунис.

Сега, замислете целата прва страница да беше исполнета со линкови промовирани од туниската Влада, каде што ја објаснува својата позиција.

Колку различно би било тоа во споредба со ситуацијата каде што целата прва страница е исполнета со линкови од туниски блогери за застапување, кои го објаснуваат својот поглед на нештата?

Она што го нуди оптимизацијата за пребарувачи на блогерите за застапување е ова: кога тие доминираат на првата страна на Google за одредена политизирана фраза, која многу често се пребарува, тие може значително да влијаат врз мислењата на оние што ја бараат.

Еве уште еден пример што е релевантен. Ова го добив кога ја побарав на Google фразата „torture египт (измачување египет).“



Првиот резултат е од веб-сајт воден од египетски активист и блогер за застапување. Сајтот е специјализиран за откривање случаи на измачување во Египет и има постигнато одлични резултати во покривање неправди.

Постојат многу други примери за блогери за застапување, кои ја промовираат својата кауза и се рангирани многу добро од пребарувачите.

Меѓутоа, како што реков, пред да се почне со имплементирање, првата работа е истражување и селекција на клучни зборови.

Сепак, пред да ги изберете вашите клучни зборови, понекогаш е корисно да ги погледнете резултатите на првата страна на Google за да ја проверите конкуренцијата.

Ако линкови од Википедија и онлајн новински сајтови, како BBC или Њујорк тајмс, ги окупираат првите резултати, тоа е индикатор дека не може да очекувате лесно добар ранг.

Ако нема многу линкови од големи и познати веб-сајтови, шансите за да постигнете приказ на првата страница се многу подобри.



## ЧЕКОР #3 - КОРИСТЕЊЕ КЛУЧНИ ЗБОРОВИ НА ВАШИОТ БЛОГ

Сега, откако генериравте листа од неколку клучни зборови, кои се користат при пребарување, следниот чекор е да ги користите на вашиот блог.

Генерално, нив треба да ги вклучите во:

1. Насловите на вашите постови
2. Поднасловите на вашите постови
3. Во првиот параграф на вашиот пост

Меѓутоа, ако водите специјализиран блог, тогаш може да ги вклучите клучните зборови и во:

1. Насловот на вашиот блог
2. Мисијата на блогот
3. Една од категориите на блогот

Ако го направите наведеното погоре, ќе го подобрите рангирањето на вашиот блог.

Ова е така бидејќи кога Google ја скенира мрежата барајќи содржина за индексирање, ја проверува содржината на страниците.

Една од многуте работи кои ги гледа е насловот на страницата или блогот. Затоа, обидете се да ги оптимизирате овие наслови за подобар перформанс кај пребарувачите.



**General Settings**

Blog Title: The Sudanese Thinker

Tagline: |

WordPress address (URL): http://www.sudanese thinker.com

Тогаш може да вметнете мисија (tagline), која ги содржи избраните клучни зборови.

Од друга страна, тука гледаме како Global Voices Online го прави тоа за еден пост. Можеби не е направено намерно за оптимизација кај пребарувачите, но, сепак, е добра практика.



**Global Voices**  
The world is talking. Are you listening?

Countries: GlobalVo, Français, Ita, polski, Make, 日本語

Home About For Bloggers For Media Special Coverage Sponsors

### Kenya Elections Aftermath 2008

On Dec. 27, 2007 a surprise victory for former president Mwai Kibaki (PNU) in the Kenyan presidential election was followed by arson and violence aroused by suspicions of vote rigging. More than 200 have been killed and tens of thousands displaced. Opposition candidate Raila Odinga (ODM) is contesting Kibaki's election, and has declared himself the winner. Much of the violence is directed towards Kikuyu communities, the tribe of Kibaki and many of the Kenyan establishment, but there have also been retaliations against other communities.



## ЧЕКОР #4 - ЛИНКОВИ ДО ВАШИОТ БЛОГ ОД ДРУГИ САЈТОВИ

Одредувањето на вистинските клучни зборови за вашиот блог е само половина од битката. Вториот дел е градење линкови до вашиот блог.

Бројот и квалитетот на линкови кои вашиот блог ќе ги добие од други места ќе има огромно влијание за тоа колку добро ќе се рангирате.

Една од главните причини зошто Global Voices Online е добро рангиран од пребарувачите е едноставно, бидејќи добива ОГРОМЕН број линкови од други сајтови секој месец.

Линкувањето е одлично. Затоа почнете со процесот.

Постојат неколку генерални методи за да изградите линкови до вашиот блог. Меѓутоа, за да ги задржиме работите едноставни и лесни, ќе разгледаме само три основни во овој водич.



**МЕТОД А:** Поставување на вашите постови на сајтовите на социјалните медиуми - без да спамирате!

Денес постојат многу сајтови на социјални медиуми каде што може да се вклучите и да учествувате. Некои од најпознатите се Digg, StumbleUpon, Reddit, Twitter и Delicious.

Регистрирајте се на овие сајтови или барем на некои од нив и почнете со поставување содржина која ви се допаѓа - вклучувајќи и ваша.

Никогаш немојте постојано да поставувате линкови само од вашиот блог. Ова веднаш ќе ве банира бидејќи изгледа на спам.

Значи, запомнете да придонесувате на поискрен начин. Секогаш кога вие ќе поставите линк до страница на тие сајтови, тие ќе линкуваат назад до поставената страница.

Кога таа страница е твојата, ти добиваш линк. :)



**МЕТОД Б:** Барајте од вашите читатели да ги постават вашите постови на сајтовите на социјалните медиуми

Еден многу лесен и брз трик кој може да помогне за зголемување на линкови до вашиот блог е да побарате од вашите читатели да ја постават вашата содржина на сајтовите на социјалните медиуми користејќи ги нивните профили.

Може да го направите ова со пишување повик за акција на крајот на вашите постови, кои се оптимизирани за пребарувачите. На пример, едноставно може да речете, „Ако ви се допаѓа постот, ве молиме поставете на Delicious или споделете на Twitter.

Ви благодариме“.



**МЕТОД В:** Барање на линкување од страна на релевантни блогери - без да изгледа очајно!

Друг едноставен начин за да изградите линкови до вашиот блог е да побарате други блогери, кои пишуваат на истите теми и да им побарате да линкуваат до вашиот блог.

Немојте веднаш да барате линк. Најпрво пристапете им и запознајте ги преку коментирање на нивната содржина, па потоа прашајте.

Многумина со задоволство би ви помогнале.

## ФИНАЛНИ ЗАБЕЛЕШКИ

Ако прочитавте сè досега, честитки.

Сега знаете некои основни совети за оптимизирање за пребарувачите, кои ќе ви помогнат да го зголемите рангот на вашиот блог и ќе ви помогнат да го зголемите бројот на читатели и посети.

Сепак, запомнете дека овој водич не треба да биде сфатен како севкупен пристап за оптимизација за пребарувачи. Тој е напишан на многу упростен начин за секој да може да го следи лесно и да има корист од него.

Се надеваме дека ви беше корисен!

### БЛАГОДАРНОСТ

Би сакал да му се заблагодарам на Сами Бен Грабија што ме охрабри да го напишам овој водич и да го споделам моето знаење со светот. Исто така, сакам да му се заблагодарам на целиот тим на GVO и на сите во Беркман центарот на Харвард, за нивната работа и константната поддршка во борбата за слободно изразување на интернет. Ми претставува огромно задоволство што ве познавам. Посакувам нашето пријателство да се развива уште повеќе и еден ден слободното изразување нека стане реалност за сите луѓе на оваа планета.

### ЗА АВТОРОТ

Дрима е придонесувач за Global Voices Online од декември 2006 година. Во неговиот професионален живот тој има работено како консултант за интернет-маркетинг и онлајн-бизнис, со иницијален фокус на оптимизација за пребарувачи, а подоцна раководеше седумцифрени онлајн-проекти. Тој блогира на The Sudanese Thinker.







# ОНЛАЈН АКТИВИЗАМ-СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ ЗА ДЕМОКРАТИЈА

## МЕТАМОРФОЗИС

Метаморфозис е независна, непартиска и непрофитна фондација со седиште во Скопје, Република Македонија. Нејзини главни цели се развој на демократијата и просперитет преку промоција на економија базирана на знаење и информациско општество.

Адреса за контакт:  
**Фондација Метаморфозис**  
ул. „Апостол Гусларот“ бр. 40 ; 1000 Скопје, Македонија

телефон: +389 2 3109 325

ел. пошта: [info@metamorphosis.org.mk](mailto:info@metamorphosis.org.mk)

веб-сајт: [www.metamorphosis.org.mk](http://www.metamorphosis.org.mk)

Текстовите во овој водич се генерирани во рамките на проектот „Социјални медиуми за демократија“, со поддршка од Фондацијата Институт отворено општество - Македонија ([www.soros.org.mk](http://www.soros.org.mk))



FOUNDATION  
OPREDELIVANJE  
SOCIETY  
INSTITUTE  
MACEDONIA

Автори на текстот: **Rising Voices, Global Voices Advocacy, Мери Џојс, The Sudanese Thinker**  
Превод на текстот: **Елена Игнатова, Ана Лазаревска, Кире Димик**  
Лектура: **Маја Катарова**  
Издавач: **Фондација Метаморфозис**  
Графичка обработка: **Криетив Хаус**

**Авторот и Фондацијата Метаморфозис ги задржуваат авторските права врз текстовите објавени во овој водич. (Македонско издание: август 2010)**



Содржините се објавуваат во дигитална форма под лиценцата Криетив комонс:  
Наведи извор-Некомерцијално-Без адаптирани дела. 2.5 Македонија  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/mk>

CIP – Каталогизација во публикација  
Национална и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, Скопје

323.21:004.773.67.7

ОНЛАЈН активизам: социјални медиуми за демократија / [Мери Џојс, Rising Voices, Global Voices Advocacy, The Sudanese Thinker; превод на текстот Елена Игнатова, Ана Лазаревска, Кире Димик], - Скопје: Метаморфозис, 2010. – 54 стр. : илустрација: 20см

ISBN 978-608-4564-02-7

1) Мери Џојс, Rising Voices, Global Voices Advocacy, The Sudanese Thinker [автори]  
а) Граѓанска партиципација – Користење интернет социјални мрежи  
COBISS.MK-ID 85885706