



Црвен крст на Република Северна Македонија

# ПОЛИТИКА ЗА ОНЛАЈН КОМУНИКАЦИИ



# ПОЛИТИКА ЗА ОНЛАЈН КОМУНИКАЦИИ

## Трендови кон онлајн комуникациите

Транзицијата во организациските комуникации што започна со доаѓањето на World Wide Web, и популарноста на широкопојасниот интернет сервис, значеше голем исчекор оваа деценија кога неколкунови услуги се појавија на интернет за прв пат, вклучувајќи: Фејсбук, Твитер и ЈуТјуб.

Колективно, овие и слични нови услуги кои продолжуваат да се развиваат, станаа познати како социјални медиуми. Тие станаа толку моќни во трансформацијата на начинот на кој комуницира светот, што многу веб експертите опишуваат нивното влијание како позначајно од појавата на радиото или телевизија. Во светот на бизнисоти владините служби, исто така, социјалните медиуми стануваат мејнстрим во форма на отворање на интернет-страни и користење конференциски повици.

Зошто луѓето прават промена кон мрежните комуникации? Не постои единствена причина за тоа. Во реалноста, луѓето сакаат да се присутни на Интернет - и постојат различни причини за истражување во сајбер-просторот. Истражувањата покажуваат дека има и психолошки и практични причини кои се кријат зад оваа работа.

Некои од психолошките причини се:

- » Преминувањето од традиционалните мас-медиуми во истражување на нешта кои се од посебен интерес за секого.
- » Подемот на поединецот - можност да се знае што другите размислуваат и споделуваат што е многу привлечно за луѓето.

Покрај тоа, за секој на Интернет има еднаква можност да се чуе неговиот глас.

- » Другарство и автентичност - луѓето сметаат дека ги исполнуваат врските преку Интернет преку врски со луѓето во заедниците со заеднички интереси а, во некои случаи, луѓето и чувствуваат дека можат да бидат повеќе-автентични на Интернет отколку што може тоа да го направат во реалниот живот.

Важен сегмент во позитивните промени е начинот на кој Интернетот и социјалните медиуми им овозможуваат на луѓето да се прикажат себеси. Овие платформи не само што им овозможуваат на луѓето да ги искажат јавно своите вкусови, ставови и верувања- туку им овозможуваат на луѓето и да скријат, да имаат нов идентитет, да сменат нешто за нив или дури да бидат целосно анонимни.

Истражувањата покажуваат дека луѓето перцепираат поголема транспарентностна информации преку Интернет бидејќи:

» **Народот не им верува на традиционалните медиуми;** информации- те на Интернет ги даваат многумина и не секогаш преку типичните медиуми.

» Луѓето имаат **доверба** во луѓето и организациите што ги знаат - или можат да ги запознаат.

» **Нивните пријатели, колеги и истомисленици се таму.** Луѓето повеќе им веруваат на рецензиите и коментарите на нивните колеги отколку што веруваат на рекламите на организациите.

» **Навики за читање** - повеќето луѓе немаат многу време за читање; тие го прават тоа накратко додека се на пауза или кога ја проверуваат нивната е-пошта. Со овие навики на читање, преку читање кратки содржини на Интернет тоа им е лесно достапно, и подобро ги задоволува потребите на читателите денес.

» **Преносливост** - содржините на Интернет се достапни преку мобилни уреди, па луѓето можат да читаат содржини во кое било време, каде било без никакви подготовки или размислување.

» **Интерактивност** - преку печатените содржини, читателите ретко имаат можност да контактираат со авторот за да ги споделат своите мисли, или да се поврзат со други луѓе кои можат да имаат коментари за статијата.

» Социјалните медиуми овозможуваат **разговор и обезбедување повратни информации или коментари**, често во реално време.

» **Можности за споделување информации** - побрз и покомфорен начин на споделување информации отколку преку традиционалните комуникациски методи како весниците, па дури и телевизијата.

» **Избор** - Корисниците имаат можност да изберат од кои мрежни медиуми сакаат да добиваат информации - информации кои се прилагодени на нивните сопствени потреби и интереси.

» **Брзина и практичност** - може да поминат неколку месеци за да видите нешто во печатените медиуми, додека вестите на интернет се читаат и коментираат речиси истовремено додека се случуваат.

» **Споделување** - содржината преку Интернет лесно се споделува со другите. Луѓето можат да ги пренесат информациите кои им се допаѓаат на други луѓе со само еден клик на глумчето.

## **Црвениот крст и онлајн комуникации**

Црвениот крст нема подобри застапници од својата армија на вработени и волонтери. Социјалните комуникации - употребата на социјалните медиуми, како што се Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, Instagram, YouTube и FourSquare - се популарни средства за прикажување на вредностите на Црвениот крст. Социјалните медиуми може да ги користиме и за комуникација и инспирирање на донатори, клиенти, партнери, поддржувачи.

Долгогодишна заложба на Црвениот крст е отворено да споделува информации за граѓаните и партнерите и да обезбеди нивна вклученост во клучните одлуки и проектите што имаат влијание на поширокото општествено опкружување. Комуникациската Стратегија на Црвениот крст е заснована на широко ангажирање во заедницата и обезбедување повратни информации од поединци и специфични фокус групи. Онлајн комуникациите се можност за поголема вклученост на луѓето во работата на Црвениот крст и поголема информираност за програмите и проектите во заедниците и можностите за вклучување во активностите на организацијата.

Со експоненцијалниот раст на социјалните медиуми, организациите широм светот, користејќи ги добрите практики подготвуваат правилници/упатства за користење на социјални медиуми за своите вработени и волонтери. Црвениот крст на РСМ е во процес на изготвување на правилник / упатство за користење на социјални медиуми кое ќе претставува добра основа за соодветно дисеминирање на вредностите на организацијата, брзо и точно онлајн споделување на информации, и обезбедување на соодветна заштита на имиџот и интегритетот на организацијата.

Користењето на различни социјални медиуми често ги замаглува линиите помеѓу личното и професионалното кај вработените. Вработените честопати користат лични веб-страници, блогови и други алатки на социјални медиуми каде што можат да се дискутираат, споделат или коментираат активности на Црвениот крст. Од таа причина, важно е вработените да се запознати со пристапот на организацијата кон социјалните медиуми и правилникот за користење на социјални медиуми со цел да се обезбеди соодветна поддршка при користење на социјалните медиуми на работа или дома. За оваа цел, во рамки на развојот на развојот на онлајн комуникациите, Црвениот крст на РСМ во своите долгорочни планирања предвидува спроведување на редовни обуки за вработените на национално и локално ниво за да се обезбеди соодветна употреба на алатките за социјални медиуми и користење и споделување на организациски информации и документи и соодветно застапување на интересите на организацијата.

## **Основни начела при онлајн комуникации за вработени и волонтери**

Секој поединечно е одговорен за своето присуство на интернет.

### **» Почитувајте го Кодексот на однесување и основните принципи.**

Како вработени или волонтери сте го потпишале Кодексот на однесување и сте запознати со основните принципи на Движењето. Почитувајте ги при вашите активности на социјалните и мобилни мрежи и онлајн комуникација.

» **Познавање на основните документи** и Упатството за користење на социјални медиуми на ЦКРСМ. Треба да бидете информирани со основните документи на организацијата кои се однесуваат на користење на социјалните медиуми и онлајн комуникациите, кога споделувате информации или коментирате поврзано со работата на Црвениот крст.

» **Транспарентност.** Секој треба лично да се идентификува со име и презиме, и кога е релевантно, и позицијата која ја има во организацијата -кога разговарате, споделувате или коментирате за работата на Црвениот крст мора јасно да кажете дека давате ваше лично мислење, а не во име на Црвениот крст (освен доколку сте портпарол на организацијата или лице одговорно за односи со јавност). Најдобро е да се оградите од одговорност и да се напише: „Објавите на оваа страница се мои и не мора да го одразуваат ставот, позициите, стратегиите или мислења на Црвениот крст на РСМ“.

» **Бидете точни.** И покрај тоа што објавите на вашиот блог/веб-страница/социјални медиуми се првенствено ваши лични ставови и мислења, добро проверете дали вашите факти се точни и доследнисо други информации објавени јавно преку други средства за информирање на вашата организација. Вашата мрежа зависи од вас и мора да ја кажувате вистината. Забавувајте се, но проверете дали вестите што ги пријавувате се потврдени. Ако ретвитирате, споделувате или на друг начин се повикувате на содржината на некој друг, повикајте се на изворот.

» **Бидете дискретни.** Не давајте доверливи информации што се однесуваат на деловната природа на вашата организација ниту пак на вработените, граѓаните, клиентите или партнерите. Не смее да се даваат лични информации, ниту пак да се цитираат или повикуваат луѓе без нивна согласност.

» **Бидете свесни за авторските права.** Само затоа што е на Интернет не значи дека е бесплатно и дека се може да се користи. Треба да се почитуваат законите за авторски права, трговски марки, фер употреба и финансиско објавување.

» **Не го користете логото на Црвен крст.** Воздржете се од користење на официјалното лого или слики на Црвениот крст освен доколку не сте овластени тоа да го правите.

» **Бидете релевантни:** објавувајте содржина што покануваат одговори – обидете се на релевантен начин да ги презентирате вашите гледишта. Про-најдете други луѓе кои имаат заеднички интереси, наведете ги и поставете им прашања за да го слушнете нивното мислење.

» **Бидете одговорни:** Охрабрувајте здрава дебата, но не ги разгорувајте страстите.

» **Бидете транспарентни:** Ако погрешите, признајте го тоа. Бидете пред другите и брзо коригирајте се ако сте згрешиле.

» **Бидете хумани:** Социјалната мрежа е како заедничка вечера. Мајте добри манири и почитувајте ги луѓето.

» **Бидете сочувствителни:** Иако повеќето врски на социјалните мрежи се со луѓе што никогаш не би можеле да ги сретнете лично, бидете пријател со луѓето и имајте разбирање за нивните ставови и мислења.

» **Бидете горди.** Бидете заштитници на интересите на Црвен крст на РСМ и на вашите сопствени интереси –погрижете се целата содржина поврзана со вас да е во согласност со вашата работа и со вредностите и стандардите на Црвениот крст.

» **Не заборавајте ги вашите дневни обврски.** Запомнете дека блогирањето и објавувањето на други страници на социјалните мрежи или на вашата лична веб-страница се лични активности и треба да се прават вон работното време.

## Платформи за социјално општење

Подолу ќе најдете специфични упатства за секоја голема платформа за социјално вмрежување.

### Twitter – Твитер

Твитер е создаден во 2006 година, и е бесплатна услуга за социјално вмрежување / микроблогирање која им овозможува на луѓето да комуницираат на краток и едноставен начин и тие пораки може да се емитуваат насекаде во светот. Платформата им овозможува на своите корисници да испраќаат и читаат пораки познати како „твитови“ - пораки засновани на текст до 140 карактери прикажани на страната на профилот на авторот и се доставуваат до претплатниците на авторот, познати и како следбеници. Твитер им овозможува на луѓето да споделуваат пораки за она што се случува во светот.



- Се охрабруваат сите вработени и волонтери кои сакаат да бидат гласноговорници на Црвениот крст на Твитер да ја напишат својата поврзаност/припадност кон Црвениот крст во личната биографија, но НЕ во вашата корисничкото име. На пример, подобро е да биде **@Gloria** наместо **@RedCrossGloria**.

- Најдобро е во вашата биографија да напишете дека вашите твитови не мора да ја претставуваат официјална позиција на Црвениот крст.

### Facebook – Фејсбук

Основана во февруари 2004 година, Фејсбук е веб-страница што во суштина претставува дигитално мапирање на врските во реалниот свет на една личност. Корисниците можат да креираат профили, да се поврзат со пријателите, семејството и соработниците, да создаваат профили за себе со фотографии, списоци со лични интереси, информации за контакт и други лични информации. Комуникацијата со пријателите и другите корисници може да се изврши преку приватни или јавни пораки (наречени ажурирања на статусот) или функција за разговор. Корисниците исто така можат да создадат и да се членови на групи од кои некои ги водат организации, вклучително и деловни фирми и влади, и служат како средство за рекламирање, промоции или споделување информации.





- Доколку сакате да бидете застапник на Црвениот крст на Фејсбук, ве молиме напишете за вашата поврзаност во вашиот профил во делот **About -> Work and Education**. Ако сте волонтер, кликнете на **Life Event -> Work and Education -> Volunteer Work** за да ја споделите вашата поврзаност со Црвениот крст во делот Timeline.

### **Блог / Tumblr / Posterous / лична веб-страница**

- Не мора да ја наведете вашата припадност кон Црвениот крст во делот **"Bio"** or **"About"**. Меѓутоа, ако напишете објава за Црвениот крст, најдобро е да бидете транспарентни и да ја споменете вашата припадност на почетокот на објавата.

### **Споделување на фотографии и видеа (Youtube, Linked In, Instagram, итн.)**



#### **Линкедин - LinkedIn**

Деловно ориентирана алатка за социјално вмрежување, која им овозможува на корисниците да најдат врски со колеги и професионалци, препорачани кандидати за работа, експерти во индустријата и деловни партнери. Во суштина, страницата им овозможува на регистрираните корисници да одржуваат список со детали за контакт со луѓе што ги познаваат и имаат доверба во бизнисот. Изградувајќи ги овие доверливи врски, LinkedIn ја основа најголемата и најмоќната заедница на професионалци во светот во светот.

#### **Инстаграм- Instagram**



Онлајн сервис за споделување на фотографии и друштвено вмрежување кој им овозможува на своите корисници да фотографираат, да додаваат дигитални филтри на фотографиите и да ги споделуваат на повеќе социјални мрежи вклучувајќи ја и нивната. Специфично е тоа што Инстаграм ги ограничува фотографиите да имаат облик на коцка, слично како и Инстаматик на Кодак и Полароид фотографиите, за разлика од aspect ratio 4:3 кој вообичаено се користи од камерите на мобилните апарати.

## Јутјуб - YouTube

Популарно мрежно место за размена на видео материјали каде што корисниците можат да поставуваат, гледаат, коментираат и оценуваат видеа од различен тип. За да се постави видео содржина потребна е регистрација, додека за гледање не е (освен во случаите кога материјалот е забранет за помлади од 18 години). Спрема правилата на користење корисниците можат да поставуваат свои изработки или изработки за кои ги имаат одобрените авторски права од корисникот, а забрането е поставување на порнографски материјал, насилство, содржина кој подржува криминал и слично. Јутјуб го задржува правото на користење, преработување и бришење на поставениот материјал.



- Ви препорачуваме да имате потпишан образец за објавување за сите фотографии и видеа што вие лично ги објавувате на други лица - без разлика дали се вработени на Црвениот крст, волонтери, клиенти, донатори, предавачи на курсеви, итн.
- Ако вашата ООЦК објавува било која ваша фотографија или видео на кои има луѓе кои можат да се идентификуваат, погрижете се вашата ООЦК да има копија од потпишаниот образец со одобрение од сите лица на сликите/видеата.
- Објаснете го контекстот на сликата или видеото што ги споделувате.

### **Наоѓање рамнотежа помеѓу приватното и професионалното**

Сакаме луѓето да се чувствуваат пријатно кога го застапуваат Црвениот крст преку Интернет но сепак да имаат можност да ја задржат својата индивидуалност - најверојатно, веќе ги користите социјалните медиуми лично, па затоа сакаме да ви помогнеме да сфатите како да најдете правилен баланс кога зборувате и за Црвениот крст на интернет.

Како поединци, вие го задржувате вашиот личен идентитет на Интернет и може да се изразувате на начин кој што ве прави да се чувствувате удобно.

Но кога разговарате за вашата работа во Црвениот крст или зборувате за одредена кампањата или активност на Црвен крст, тогаш мора да се почитува Кодексот на однесување и основните принципи на Движењето.

Луѓето на социјалната мрежа поверојатно ќе сакаат да разговараат со човечко суштество отколку со брендиран бот. Црвениот крст сака да бидете точни, етички и транспарентни кога зборувате за својата работа во Црвениот крст, и не сака да се криете зад службените пораки или едноставно да го користите вашиот профил за пренесување службени пораки. Ние сакаме да среќавате луѓе со заеднички интереси, да градите врски и да се забавувате.

<b>Старомоден службеник</b>	<b>Современ службеник</b>
Затворен сум за светот	Отворен сум и достапен на светот и ги зајакнувам односите со луѓето
Не смеам да правам грешки во јавност	Човек сум, и кога несакајќи ќе направам грешка, брзо и искрено се извинувам
Не ги откривам личните интереси пред светот	Моите интереси, хобија, и желби ме прават интересен и привлечен
Од мене се очекува секогаш да ги имам одговорите на прашањата	Ги барам одговорите на прашањата во мрежата составена од мои колеги и поддржувачи
Моќта се стекнува и чува	Моќта се споделува и расте



[www.redcross.org.mk](http://www.redcross.org.mk)



**CrvenKrstNaRepublikaSevernaMakedonija**



**MacedonianRedCross**



**Red Cross of the Republic of North Macedonia**