

U prethodnoj diskusiji o medijima ustanovili smo da su u našem tehnološkom svetu mediji svuda oko nas, kao i da medijska pismenost u širem smislu znači ne samo sposobnost da razumemo i kritički primamo medije, već i mogućnost da ih proizvedemo. Dok je u prošlosti samo mali broj ljudi imao pristup i mogućnost da proizvede medijske sadržaje, u našem tehnološki razvijenom svetu potencijalno svi mogu da šalju medijske poruke, putem društvenih mreža i brojnih platformi kao što su **Facebook**, **Twitter**, **Youtube**, vaši linči ili službeni blogovi, podcasti itd.

Ako ste već iskusan autor koji je već objavljivao/la svoj rad, onda ste već svesni mesta, bila ona tradicionalnija poput štampanih novina, ili modernija kao onlajn dnevnici, časopisi i sajtovi, gde vaši članci mogu biti objavljeni.

19.1. Objavljivanje prvog članka

Za one koji ranije nisu imali takvo iskustvo, ovde predlažemo neke mogućnosti za objavljivanje vašeg prvog članka.

Kada generalno budete zadovoljni člankom koji ste napisali, prva adresa na koju biste mogli da pošaljete može da bude **Transnational Youth Magazine** ili **TYM**, koji je međunarodni onlajn časopis za omladinsku politiku i aktivizam. Pod uredništvom **CDER-a** u sklopu projekta i inicijative **Mediactive Youth**, TYM sadrži stotine članaka iz praktično svih oblasti, pitanja i problema mladih, koje je napisalo preko **100 autora** iz celog sveta. Potencijalna prednost pisanja za TYM je u tome što je otvoren za sve, i što posebno služi novim i neiskusnim autorima. Svi saradnici će dobiti povratne informacije i uredničke intervencije i savete uredništva, sa namerom da unaprede i konsoliduju vaše veštine pisanja i istraživanja.



Još jedan logičan izbor za vaše prve članke bi naravno mogli da budu sajtovi **omladinskih organizacija** i organizacija **civilnog društva** sa kojima ste povezani. Ako trenutno niste uključeni ni u jednu organizaciju, mogli biste jednostavno da napravite malu Google pretragu da biste saznali koja je organizacija iz vašeg grada/zemlje aktivna na polju o kojem pišete ili bliska temi vašeg rada. Većina organizacija ima svoje veb-sajtove, a dobre NGO se lako izdvajaju redovno ažuriranim i dobro održavanim veb-sajtovima koje pružaju dovoljno informacija o njihovim prethodnim i tekućim projektima i publikacijama. To takođe znači da su dobro administrirani i zato je najverovatnije da ćete dobiti brz odgovor ako im pošaljete svoj članak. Ovo je takođe dobar način da se predstavite i angažujete u tim organizacijama, jer su one – po pravilu – uvek zainteresovane da prošire svoj uticaj kako bi se što više mladih aktivista zainteresovalo za i uključilo u njihov rad.

Za ambicioznije i iskusnije autore, slobodno pošaljite svoj članak u svoje lokalne/regionalne i/ili nacionalne novine. Većina novina ima lako prepoznatljivu uređivačku politiku i perspektivu; to znači da su ili levi, desničarski ili centralno orijentisani, liberalni ili konzervativni, pro-ili protivladini i slično. Neki su možda više posvećeni temama ekologije, klimatskih promena, omladinskog aktivizma, dok bi drugi mogli da se fokusiraju na neke druge teme. Uradite kratku pretragu i anketu da biste videli gde se objavljuju članci slični vašima, odnosno gde su autori koje ste inspirisali objavili njihov rad, i jednostavno im ga pošaljite. Iako ovaj „slepi“ pristup ne garantuje prihvatanje, nije retkost da vam članak prihvate i objave u novinama. To znači da ste postali objavljeni autor!

Za još ambicioznije pisce, mogli biste da razmislite o tome da pošaljete svoja razmišljanja u neke globalne i pouzdane novine i medijske kuće kao što su **Guardian, New York Times, Washington Post** itd.

The logo for The Washington Post, featuring the words "The Washington Post" in a classic, blackletter-style serif font. The word "The" is smaller and positioned above "Washington", which is above "Post".

Ovaj [link](#), na primer, daje prilično detaljan opis kako da pošaljete svoj komentar/mišljenje Gardijanu

19.2. Slanje vašeg komentara/mišljenja

Iako je malo verovatno da će vaš pojedinačni članak biti objavljen u ovim novinama na ovaj način, oni imaju dobro održavane i uređene odeljke za komentare. Tako biste mogli da pošaljete komentar ili utisak o nekom članku koji ste tamo pročitali i vidite da li ćete ga tamo objaviti kao komentar. Ovi komentari bi mogli da budu prilično dugi, a imaju čvrstu strukturu, pa je pisanje jednog takvog komentara odlična vežba u sažetosti, strukturi, koheziji i stilu.

Evo još jednog veoma korisnog **članka** pod naslovom Kako da pošaljete komentar Gardijanu, koji je napisala Kira Kohrejn, a koji je praktično primenljiv na sve veće novine u Velikoj Britaniji i SAD-u.

Stoga, ovih **šest pravila** se mogu uzeti kao opšte uputstvo za slanje vašeg rada u bilo koje druge velike novine:



- 1 **Ne šaljite** potpuno napisane radove
- 2 **Pošaljite** komentar koji ima jednu, najviše dve glavne ideje
- 3 Pišite relativno kratko, i **jednostavno**
- 4 Objasnite zašto ovaj rad **treba napisati** odmah
- 5 Objasnite zašto ste vi **prava osoba** za pisanje ovog dela
- 6 Dajte jasan opis dela koje nudite u **naslovu** imejla

Međutim, čak ni odsustvo odgovora ili negativne povratne informacije nikako ne bi trebalo da vas obeshrabri, jer su pisanje i objavljivanje zanati koji zahtevaju upornost, ponavljanje i reviziju. Ne postoji niko ko opširno piše a čiji članak nije u nekom trenutku bio delimično ili u celosti odbačen. Dakle, ako nastavite da pišete i usavršavate svoje veštine pisanja, izvesno je da će vaš rad biti objavljen i da ćete steći dragoceno iskustvo u ovom procesu pronalaženja izvora za objavljivanje vaših članaka.