



PRIRUČNIK ZA VERIFIKACIJU

VODIČ ZA VERIFIKACIJU DIGITALNOG SADRŽAJA U KRIZNIM SITUACIJAMA

European
Journalism
Centre



EDITED BY CRAIG SILVERMAN

EDITOR OF 'REGRET THE ERROR', THE POYNTER INSTITUTE

Verification Handbook

1. [O priručniku](#)
2. [Predgovor](#)
3. [Poglavlje 1: Kada "izbiju" udarne vijesti](#)
4. [Studija slučaja 1.1: Razdvajanje glasina od istine u nigerijskoj konfliktnoj zoni](#)
5. [Poglavlje 2: Osnovi verifikacije: Pravila koja treba pratiti](#)
6. [Studija slučaja 2.1: Korištenje društvenih medija kao policijskog skenera](#)
7. [Poglavlje 3: Verifikacija sadržaja koje proizvode korisnici](#)
8. [Studija slučaja 3.1: Monitoring i verifikacija tokom ukrajinskih parlamentarnih izbora](#)
9. [Poglavlje 4: Verifikacija fotografija](#)
10. [Studija slučaja 4.1: Verifikacija bizarne lopte za plažu tokom oluje](#)
11. [Studija slučaja 4.2: Verifikacija dvije sumnjive "ulične ajkule" tokom uragana Sandy](#)
12. [Poglavlje 5: Verifikacija videa](#)
13. [Studija slučaja 5.1: Verifikacija ključnog snimka bombaškog napada u Bostonu](#)
14. [Studija slučaja 5.2: Istraživanje izvještaja o navodnom masakru u Obali Slonovače](#)
15. [Studija slučaja 5.3: Potvrda lokacije i sadržaja videa](#)
16. [Poglavlje 6: Uključivanje publike u posao](#)
17. [Studija slučaja 6.1: Otkriveni zbog arapske gramatike](#)
18. [Poglavlje 7: Dodavanje kompjuterske publike ljudskoj](#)
19. [Studija slučaja 7.1: Kako je projekat OpenStreetMap iskoristio ljude i mašine za mapiranje pogođenih područja nakon tajfuna Haiyan](#)
20. [Poglavlje 8: Priprema za izvještavanje o katastrofama](#)
21. [Studija slučaja 8.1: Kako je stanica HNK News izvještavala o zemljotresu u Japanu 2011. godine i šta su naučili iz toga](#)
22. [Poglavlje 9: Kreiranje verifikacijskih procedura i procesa](#)
23. [Dodatak 9.1: Procjena i minimiziranje rizika kod korištenja korisničkog sadržaja](#)
24. [Dodatak 9.2: Savjeti za borbu s traumatičnim prizorima](#)
25. [Poglavlje 10: Alati za verifikaciju](#)
26. [Dodatak: "Vizuelizirajte pravdu: Praktični vodič za povećanu dokaznu vrijednost videa za ljudska prava"](#)

O priručniku

Ovaj Priručnik za verifikaciju novi je resurs za novinare i radnike humanitarnih organizacija, prvi svoje vrste, za korištenje sadržaja koji proizvode korisnici (engl. User-generated content = UGC).

U kriznim situacijama, društvene mreže su preplavljene vijestima o situaciji na terenu, pozivima za pomoć, izvještajima o novim dešavanjima i informacijama o spašavanju. Objavljivanje pravih informacija često je od ključnog značaja za oblikovanje reakcije javnosti i humanitarnih organizacija ■ ono doslovno može značiti razliku između života i smrti.

Priručnik daje uputstva za najbolje prakse provjere i korištenja informacija koje dolaze od korisnika društvenih mreža, kao i praktične savjete za organizaciju priprema za izvještavanje o vanrednim situacijama u redakcijama.

Iako je najprije namijenjen novinarima i humanitarnim radnicima, priručnik može koristiti bilo ko. Njegovi savjeti i smjernice korisni su bez obzira na to da li ste profesionalni ili građanski novinar, dobrovoljac na terenu, student novinarstva, specijalist za krizno komuniciranje ili teoretičar koji izučava društvene medije.

Priručnik kreira i koordinira [Evropski centar za novinarstvo](#), sa sjedištem u Holandiji, u okviru [Inicijative za krizno izvještavanje](#).

Priručnik je licenciran pod [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 međunarodnom dozvolom](#).

Urednici priručnika

- Urednik: Craig Silverman, The Poynter Institute
- Priprema: Merrill Perlman, The American Copy Editors Society (ACES)

Produkcija

- [European Journalism Centre](#)
- [Emergency Journalism](#)

Sponzori

- [Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap](#)
- [African Media Initiative](#)

Partneri

- [UNHCR - The UN Refugee Agency](#)
- [United Nations Alliance of Civilizations \(UNAOC\)](#)
- [United Nations Development Programme](#)
- [Poynter](#)
- [Ethical Journalism Network](#)

- [Meedan](#)
- [Humanity Road](#)
- [WITNESS](#)
- [Dart Centre Europe](#)

Predgovor

"U današnjem okruženju, u kojem kruže glasine i lažirani sadržaji, novinari moraju biti u mogućnosti aktivno razdvojiti autentične materijale od lažnih. Ovaj pionirski priručnik obavezno je štivo za novinare koji rade sa različitim tipovima sadržaja koji dolaze od korisnika." - **Wilfried Ruetten, Direktor, Evropski centar za novinarstvo (EJC)**

"Tačne informacije tokom humanitarne krize mogu spasiti živote, ali je u takvim okolnostima veoma teško prikupiti pouzdane informacije. Ova će knjiga pomoći ne samo novinarima nego svima koji u situacijama humanitarnih kriza rade na terenu da provjere činjenice na licu mjesta." - **William Spindler, Glasnogovornik, Visoki komesarijat UN za izbjeglice (UNHCR)**

"Ovaj će priručnik biti esencijalan za novinare koji izvještavaju o međureligijskim i etničkim konfliktima da bi izvještavali na uravnoteženiji, transparentniji i tačniji način, te da bi, na kraju, pomogli u smanjenju tenzija između i unutar zajednica." - **Matthew Hodes, Direktor, Alijansa civilizacija UN (UNAOC)**

"U današnje vrijeme, znati šta je stvarno i kako verificirati vijesti i druge informacije od suštinske je važnosti. Ovaj priručnik pruža osnovne alate za svakoga i novinare i publiku." - **Howard Finberg, Direktor odjela za obrazovnu suradnju, Institut Poynter**

"Tačnost je jedan od osnovnih principa novinarstva, ali medijima je teško održati etičnost u situacijama udarnih vijesti. Ovaj priručnik pomaže onima koji kreiraju vijesti da održe vjeru u istinitost – čak i kada su svuda oko njih spekulacije." - **Aidan White, Direktor, Mreža za etično novinarstvo (EJN)**

"Suština svega su prave informacije u pravo vrijeme na pravom mjestu. Kada je kriznim područjima ograničen prilaz, od krucijalne je važnosti da humanitarni radnici mogu prikupiti informacije putem društvenih mreža. Ovaj će priručnik stoga biti od koristi i humanitarnim radnicima koji rade na terenu i volonterima na internetu." - **Christoph Dennenmoser, Voditelj tima za hitne reakcije, Humanity Road Inc.**

Poglavlje 1: Kada "izbiju" udarne vijesti



Craig Silverman je poduzetnički novinar i osnivač i urednik bloga [Regret the Error](#), stranice Poynter Instituta koja se bavi medijskim greškama, tačnošću i verifikacijom. Silverman je razvio i [kurs](#) o verifikaciji u digitalnom dobu za Poynterov News University. Direktor je sadržaja za [Spundge](#), platformu koja profesionalcima omogućava da razvijaju i monetiziraju svoju ekspertizu putem sadržaja. Jedan je od pokretača online startupa OpenFile, koji se fokusira na lokalno izvještavanje u šest kanadskih gradova. Autor je knjige Priznajte grešku: Kako novinarske greške zagađuju medije i ugrožavaju slobodu govora, a za svoj rad primio je priznanja Američkog kluba štampe, Udruženja izvještača o kriminalu Kanade i Državne nagrade za magazine Kanade. Tvita pod imenom [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki vodi i koordinira inicijative "[Priručnik za verifikaciju informacija](#)" i "[Krizno izvještavanje](#)" pri [Evropskom centru za novinarstvo](#) u Holandiji. Inicijativa za krizno izvještavanje prikuplja resurse za medijske profesionalce koji izvještavaju o kriznim situacijama sa terena. Tsubaki je često o ovim temama govorila na različitim događajima, uključujući sastanak UN-a i Međunarodni festival novinarstva. Ranije je vodila nekoliko projekata fokusiranih na ulogu građana u medijskom svijetu koji se konstantno mijenja, a 2011. bila je glavni saradnik na [izvještaju koji je Internews Europe sastavio](#) o komunikaciji tokom zemljotresa u Japanu u martu 2011. godine. Tsubaki je također saradivala sa japanskim regionalnim dnevnim listom Hokkaido Shimbun. Tvita pod imenom [@wildflyingpanda](#).

“... Svi novinari imaju potrebu da izbjegnu pretpostavke i da uvijek provjere i verificiraju kako bi ostali vjerodostojan izvor informacija.” — Santiago Lyon, potpredsjednik i direktor fotografije, The Associated Press

Nakon što je zemljotres jačine 8,1 stepen pogodio sjevernu Indiju, počele su kružiti glasine da je u jednom gradu srušeno 4000 zgrada, što je izazvalo “nebrojene smrti”. Drugi su izvještaji tvrdili da su u zemljotresu stradale i glavna zgrada jednog fakulteta i regionalnog Visokog suda.

Slična stvar se desila kada je zemljotres jačine 9,0 stepeni pogodio sjeveroistočni Japan. Ljudi su čuli da će zbog eksplozije postrojenja naftne kompanije početi padati toksična kiša i da humanitarne organizacije neće moći dostaviti pomoć zračnim putem.

Sve ove glasine bile su lažne.

Osnovna je istina da glasine i lažne informacije prate krizne situacije. Onaj zemljotres u Indiji? Dogodio se 1934. godine, davno prije interneta i društvenih medija. Zemljotres u Japanu se dogodio 2011. godine.

Oba su zemljotresa proizvela glasine jer neizvjesnost i strah – dva osnovna elementa kriznih situacija – uzrokuju izmišljanje i ponavljanje sumnjivih informacija.

“Ukratko, glasine nastaju kada tema od ličnog značaja kod ljudi izaziva nesigurnost i strah i kada glasina zvuči istinito u odnosu na senzibilitet ljudi koji su uključeni u njeno širenje”, kažu autori knjige “Trač: društveni utjecaj glasina i legendi”.

[Članak objavljen u časopisu Psychology Today](#) “Strah rađa glasine. Što je kolektivna anksioznost grupe veća, to je vjerovatnije da će ona proizvesti glasine.”

U današnjem povezanom svijetu, ljudi također namjerno šire lažne informacije i glasine kao šalu, da povećaju broj “lajkova” i prijatelja na društvenim mrežama ili, jednostavno, da izazovu paniku.

Rezultat toga je da je posao na verifikaciji informacija možda najteži upravo u situacijama kada je najvažnije pružiti tačne informacije. U uvjetima katastrofa, bez obzira na to da li ih je uzrokovala priroda ili čovjek, rizici netačnosti su uvećani i doslovno se može raditi o razlici između života i smrti.

Ipak, i usred sve buke i namjerno plasiranih lažnih informacija, postoji uvijek snažan signal koji vrijedne i važne informacije iznosi na svjetlo dana. Kada je let kompanije US Airways bio prisiljen sletjeti na rijeku Hudson, čovjek sa obližnjeg trajekta bio je izvor neposredne i jasne fotografije kakvu je u tom trenutku mogao snimiti samo očevidac:



Jānis Krūms

@jkrums



<http://twitpic.com/135xa> - There's a plane in the Hudson. I'm on the ferry going to pick up the people. Crazy.

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite ≡ Buffer ⋮ More

122

RETWEETS

699

FAVORITES



3:36 PM - 15 Jan 09

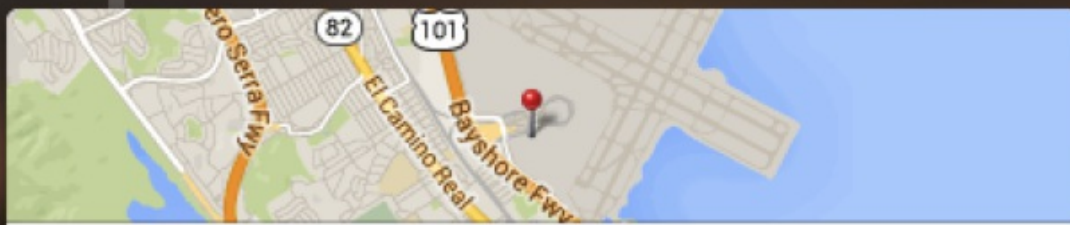
[Original link](#)

[Original link](#)

Ljudi koji se nalaze na licu mjesta od još su većeg značaja na mjestima gdje novinari imaju malo ili nimalo pristupa i gdje humanitarne organizacije nisu u mogućnosti raditi. Danas, ovi svjedoci i učesnici često posežu za telefonom da dokumentiraju i podijele ono što vide. To bi mogao biti slučajni svjedok sa riječnog broda ili čovjek koji je upravo



preživio pad aviona, kao što je to slučaj u ovom primjeru iz 2013. godine:



I just crash landed at SFO. Tail ripped off. Most everyone seems fine. I'm ok. Surreal...

— David Eun at **San Francisco International Airport (SFO)** (Airport)

July 6th

[Sign In To View Activity](#)

Javnost se oslanja na službene izvore poput novinskih agencija, službi za hitne slučajeve i vladinih organizacija da osigura vjerodostojne i pravovremene informacije.

Ali ove institucije i organizacije ujedno sve češće traže od javnosti, od mase, da im pomogne

u prikupljanju novih informacija i doprinese perspektivom i kontekstom. Kada uspije, ova saradnja rezultira vrijednim krugom: službeni i ustanovljeni izvori informacija – vladine agencije, nevladine organizacije, medijske organizacije – osiguravaju ključne informacije u kriznim situacijama i blisko saraduju sa ljudima koji se nalaze na licu mjesta i koji su prvi vidjeli i dokumentirali situaciju.

Da bi ovo postigli, novinari i radnici humanitarnih organizacija moraju postati vješti u korištenju društvenih medija da prikupe, lociraju i verificiraju često proturječne informacije koje se pojavljuju tokom kriznih situacija. Ovo zahtijeva oprobane procedure, vjerodostojne alate i okušane tehnike. I najvažnije, potrebno je da spomenute vještine savladaju prije nego što se katastrofa desi.

Krizna situacija nije vrijeme za usputne pokušaje verifikacije. To nije vrijeme kada treba pokušavati kreirati standarde i prakse za korištenje informacija prikupljenih od publike. A ipak, to je ono što mnoge novinske redakcije i druge organizacije – previše njih i rade.

Na sreću, posljednjih godina se pojavilo izobilje alata, tehnologija i oprobanih praksi koji omogućavaju bilo kome da savlada umjetnost verifikacije, a novi alati se razvijaju svaki dan.

Cilj je zapravo postići harmoniju dva ključna elementa: pripreme, treninga i koordinacije ljudi prije i tokom krizne situacije, kao i osiguranja pristupa i resursa koji će im omogućiti da maksimalno iskoriste alate za verifikaciju, koji se konstantno mijenjaju.

Kombinacija ljudskog i tehnološkog faktora sa osjećajem za pravac i analizu jesu ono što pomaže ubrzavanju i usavršavanju verifikacije. Treba imati na umu da je ova kombinacija nova i da se alati i tehnologije brzo mijenjaju.

Ova knjiga prikuplja najbolje savjete i iskustva vodećih stručnjaka iz nekih od najboljih svjetskih medijskih organizacija, nevladinih organizacija, volonterskih i informatičkih zajednica, te čak i Ujedinjenih nacija. Ona nudi osnovne smjernice, alate i procese koji će organizacijama i profesionalcima pomoći da javnosti pruže pouzdane i blagovremene informacije kada je to najvažnije.

**

Istina je da dobri stručnjaci često povjeruju lošim informacijama i da nas tehnologija često može odvesti na pogrešan put jednako kao što nam može i pomoći. Ovo je posebno slučaj sada kada se toliko informacija proizvodi velikom brzinom i kada mnogo redakcija i organizacija nema formalne procedure i treninge za verifikaciju.

“Posao verifikacije i pobijanja lažnosti sadržaja više se oslanja na novinarski instinkt nego na modernu tehnologiju“, kaže David Turner u tekstu o BBC-jevom Odjelu za rad sa korisničkim sadržajima (User Generated Content Hub), objavljenom na web stranici [Nieman Reports](#). “Iako neki ovu novu specijalizaciju nazivaju 'forenzikom informacija', nije potrebno biti ekspert informacijskih tehnologija ili imati posebnu opremu da bi se postavila fundamentalna pitanja na osnovu kojih se može odrediti da li je scena lažirana ili ne.”

Razumjeti da nema srebrenog metka, savršenog testa, početna je tačka svakog razmatranja verifikacije i osiguravanja pouzdanih informacija tokom kriznih situacija. Ovo od

novinara i drugih zahtijeva da se prvo obrate osnovama verifikacije koji postoje decenijama i koje neće postati suvišne.

Steve Buttry se u svom poglavlju fokusira na temeljno pitanje u suštini verifikacije. Pored toga, tu je i ova lista osnova:

- Kreirati plan i procedure prije nego što dođe do krizne situacije i udarnih vijesti.
- Razviti ljudske resurse.
- Kontaktirati ljude, razgovarati s njima.
- Biti skeptičan kada nešto zvuči ili izgleda previše dobro da bi bilo istinito.
- Obratiti se vjerodostojnim izvorima.
- Upoznati se sa metodama pretrage i istraživanja i novim alatima.
- Komunicirati i saradivati sa drugim profesionalcima – verifikacija je timski sport.

Ovoj je listi posljednjih godina pridružena još jedna maksima: kada pokušavate ocijeniti vrijednost informacije – bez obzira na to da li se radi o slici, tvitu, videu ili drugom tipu sadržaja – morate provjeriti *i* izvor *i* sadržaj.

Kada je Associated Press od Fergusa Bella tražio da preuzme kreiranje i uvježbavanje procesa za provjeravanje korisničkih videosadržaja, prvo je, umjesto novih alata i tehnologije, konsultirao standardne i dugo upotrebljavane smjernice za verifikaciju ove organizacije.

“AP je uvijek imao standarde i oni se zapravo nisu promijenili, te je rad s tim standardima omogućio da ustanovimo procedure i najbolje prakse za rad sa društvenim medijima”, kaže Bell. “AP je uvijek nastojao pronaći originalni izvor kao bazu za izvještavanje i tako pristupamo i sadržaju koji su kreirali korisnici. U većini slučajeva ne možemo nešto verificirati ako ne razgovaramo sa osobom koja je sadržaj kreirala.”

Polazeći od ovih osnova, organizacije mogu graditi pouzdane i ponovljive procese za verifikaciju informacija u kriznim situacijama. Verificiranje informacija sa društvenih mreža, bez obzira na to da li se radi o slici, videu ili tvrdnji, postaje lakše kada znate koji su vam standardi i kako ih primijeniti.

Tada je moguće najbolje iskoristiti alate poput EXIF čitača, dodataka za analizu fotografija, napredne pretrage Twittera, pretrage domena i drugih alata navedenih u ovoj knjizi.

Pored grupe alata i standarda i procesa koji nam govore kako da ih koristimo, postoji i veoma važan element *crowdsourcinga*: uključivanja javnosti u proces i saradnje s javnošću sa ciljem pronalaženja najboljih informacija kada je to najpotrebnije.

Andy Carvin, koji je nedavno napustio posao višeg stratega za društvene mreže na NPR-u, vjerovatno je najpoznatiji i najiskusniji na polju verifikacije informacija putem crowdsourcinga. On smatra da je saradnja sa publikom ključ za “stvaranje informirane javnosti”, kako glasi moto NPR-a.

“Kada dođe do udarnih vijesti, društvene medije ne trebamo koristiti samo da bismo plasirali najnovije naslove ili tražili od ljudi da nam pošalju svoje reakcije”, kaže Carvin u svom

obraćanju Međunarodnom festivalu novinarstva.

I nastavlja:

Ne trebamo čak stati ni na tome da ih molimo za pomoć pri

Ova je knjiga vodič koji svima nama – novinarima, humanitarnim radnicima, građanskim reporterima i drugima – treba pomoći da steknemo vještine i znanje potrebno da zajedno, tokom kriznih situacija, razdvojimo vijesti od buke i poboljšamo kvalitet informacija dostupnih u našem društvu onda kada je to najpotrebnije.

Studija slučaja 1.1: Razdvajanje glasina od istine u nigerijskoj konfliktnoj zoni



Stéphanie Durand koordinira strateška medijska partnerstva i druge projekte u [UN-ovoj Alijansi civilizacija](#) u New Yorku. Zadužena je za organizaciju medijskih treninga, sastanaka eksperata i urednika, razvoj medijskih projekata, web sajt za eksperte i portfolije više od 80 partnera. Ranije je radila pri Institutu Sciences Po u Parizu kao pomoćni direktor Američkog centra, a zatim na postdiplomskom studiju novinarstva, gdje je razvila međunarodne strategije.

Francusko-njemačkog porijekla, Durand je diplomirala i magistrirala na Fakultetu političkih nauka u Parizu, te nakon toga magistrirala međunarodne odnose na London School of Economics. Tvita pod imenom [[@steffidurand](#)](<https://twitter.com/steffidurand>).

Regija Jos u centralnoj Nigeriji tradicionalno je poznata kao “dom mira i turizma”, no, u posljednje vrijeme, mjesto je oružanog sukoba baziranog na religijskim i sektaškim razlikama.

Jos se nalazi na granici između sjevera i juga Nigerije. Sjeverni dio zemlje pretežno je muslimanski, a južni pretežno kršćanski.

Kriza u Josu dovela je do alarmirajućih naslova poput: “Islamski napadači ubili stotine kršćana blizu Josa” i “Muslimani pobili kršćane u centralnoj Nigeriji”. Ovi i drugi naslovi naveli su neke od religijskih vođa da okrive medije za poticanje religijskog nasilja, obrazlažući taj svoj stav provokativnom prirodom izvještaja.

Ali u Josu se dešava smrtonosno nasilje i mediji o njemu moraju tačno izvještavati. Da bi to postigli, moraju proći kroz svakim danom sve veći broj glasina koje se šire putem SMS-poruka, društvenih medija i blogova – i paziti da izbjegnu objavljivanje lažnih informacija koje bi dodatno potakle konflikt.

Lokalni novinari izloženi su zastrašivanju, samocenzuri i strahu od odmazde državnih vlasti ili militantata. Međunarodni mediji imaju sve manje resursa, što dovodi do toga da strani reporteri sami “pokrivaju” cijelu regiju.

Ovo može utjecati na njihovo znanje o lokalnom kontekstu i senzitivnost prema njemu. Također, ovo povećava stepen oslanjanja na sadržaje prikupljene i distribuirane putem (često nepoznatih) svjedoka sa lica mjesta. Novinari moraju paziti da potvrde informacije koje otkriju ili rizikovati povećanje tenzija i izazivanje odmazdi baziranih na glasinama.

U januaru 2010. godine, kada su mediji počeli izvještavati o novom konfliktu u Josu, počelo je i širenje glasina o ruljama naoružanim noževima i mačetama. Svjedoci su davali različite izjave o uzrocima konflikta: jedni su govorili da je uzrok ponovno građenje kuća uništenih u neredima 2008. godine, drugi da je riječ o nasilju izazvanom fudbalskom utakmicom, treći da je sve počelo spaljivanjem jedne crkve.

SMS-poruke također su imale značajnu ulogu u poticanju nasilja, te su kružile poruke poput: “Zakoljite ih prije nego što oni zakolju vas. Ubijte ih prije nego što oni ubiju vas.”

U to vrijeme, fotografije žrtava nasilja su redovno objavljivane na blogovima.

Proces verifikacije je važniji nego ikad u situaciji kada su na svim stranama prisutni strah i pogrešno razumijevanje. Za novinare je ključno da se odmaknu od strasti učesnika i provjere tačnost navoda koji opisuju ili vizuelno prikazuju etničko ili religijsko nasilje. Pobiti lažne glasine o ubilačkom pohodu ili nadolazećoj krizi može doslovno spasiti živote.

Kao i drugdje, društveni mediji u Josu šire netačne informacije, ali u isto vrijeme i omogućavaju novinarima da se povežu i komuniciraju sa građanima. Društveni mediji također predstavljaju platformu na kojoj je moguće odgovoriti na glasine i provjeriti informacije, što na kraju stvara povjerenje i transparentnost potrebne da se izbjegne eskalacija konflikta.

U Josu, provođenje verifikacije, u saradnji sa javnošću, medijima pomaže da smanje tenzije i da ne potiču konflikt. Ono omogućava fer i tačno izvještavanje kakvo je prijeko potrebno.

I iako ovo svakako nije jedino što je potrebno za smanjivanje tenzija, ovakvo izvještavanje značajno doprinosi razbijanju straha, sumnje i bijesa, koji se nalaze u srcu etničkih i religijskih konflikata.

Poglavlje 2: Osnovi verifikacije: Pravila koja treba pratiti



Steve Buttry je voditelj digitalne transformacije za Digital First Media. Bio je urednik, reporter i trener pisanja za sedam američkih novina i imao vodeću ulogu u TBD.com i pri American Press Institutu. Vodio je više od 40 seminara, radionica i webinarata o medijskoj etici širom svijeta. Magazin Editor & Publisher ga je 2010. proglasio [urednikom godine](#). Buttryjeva četrdesetdvostrana novinarska karijera proteže se kroz SAD, Kanadu, Irsku, Venecuelu, Meksiko,

Njemačku, Japan, Saudijsku Arabiju, Ekvador, Siberiju, Francusku i Italiju. Vodi blog na stevebuttry.wordpress.com i tvita pod imenom [@stevebuttry](https://twitter.com/stevebuttry)(<https://twitter.com/stevebuttry>).

Godine 1996. radio sam na priči o jednom [američkom ženskom srednjoškolskom košarkaškom timu koji je prije 25 godina osvojio državno prvenstvo lowe](#). Intervjuirao sam svih 12 članica tima “Farragut”, kao i glavnu zvijezdu i trenera “Mediapolisa”, tima koji je “Farragut” pobijedio na ovom prvenstvu.

Pitao sam ih kako je “Farragut” pobijedio. Svi su dali različite, često slikovite, izvještaje o istom događaju: zvijezda “Mediapolisovog” tima Barb Wischmeier, koja je bila visoka 1,8 m, lako je dala koš preko nižih djevojaka iz “Farraguta” i “Mediapolis” je poveo.

Trener “Farraguta” je u igru poslao Tanyu Bopp, visoku jedva 1,5 m, da “pokriva” Wischmeier. Bopp je izvukla nekoliko faula (neke od igračica su se sjećale da je bila riječ o 3 ili 4 faula) na višoj djevojci, koja je postala zbunjena i manje agresivna. Tim “Farraguta” se oporavio i pobijedio.

Nisam dovodio u pitanje konzistentnost njihovih sjećanja, ali sam sasvim slučajno saznao da su preuveličana. Jedna od djevojaka posudila mi je videosnimak utakmice. Pregledao sam cijelu utakmicu, tražeći detalje koji bi bili korisni za moju priču. Nisam ničije sjećanje dovodio u pitanje, ali kada sam završio gledanje utakmice, pomislio sam da mi je sigurno nešto promaklo. Zato sam je odgledao ponovo.

Sitna Tanya Bopp je dobila samo jedan faul na većoj djevojci. Istina je da je to igračicu “Mediapolisa” uzemirilo i da je to bila prekretnica u igri, ali se desilo samo jedanput. Sve izjave prisutnih bile su netačne, obojene emocijama (radošću ili tugom) o važnom trenutku u njihovim životima i oblikovane legendom koja je nastala od ove utakmice.

Legenda – i prilika koju sam imao da je ispoštujem pobijajući je – dala mi je izvanrednu narativnu nit za [moj tekst](#) ali me je naučila i važnu lekciju o verifikaciji: Ne vjerujte čak ni poštenim svjedocima. Tražite dokumentaciju.

Legende su dobre, čak i zabavne, za sportiste i navijače koji iznova proživljavaju slavne dane legendarnog tima. Ali novinari, aktivisti i radnici na polju ljudskih prava moraju se baviti istinom i moraju biti posvećeni njenom pronalaženju i objavljivanju, posebno u kriznim situacijama.

Bez obzira na to da li radimo na priči o prirodnoj katastrofi, udarnoj vijesti ili popularnom mitu, oni koji pričaju priče moraju imati na umu da je ono što čujemo proizvod nesavršenog

pamćenja ili ograničene perspektive. Ako je naš cilj ispričati istinu, verifikacija mora biti naš standard.

Moramo tražiti i pažljivo slušati priče naših izvora, vrebajući priliku da ih verificiramo. Da li izvor ima (novi ili stari) videosnimak, fotografiju, pismo ili dokument koji bi mogao potvrditi priču, dodati detalj ili ispraviti nejasno sjećanje? Kada dobijemo ovaj materijal, posebno u kriznim situacijama kada nemamo mnogo vremena, moramo ga istražiti i podvrgnuti osnovama verifikacije.

Bez obzira na trenutak i vašu ulogu u njemu, principi verifikacije su bezvremeni i mogu se primijeniti na svaku situaciju, bilo da se radi o udarnoj vijesti, prirodnoj katastrofi ili ponovnom predstavljanju priče stare 25 godina.

Suština verifikacije

Jedan od najdražih klišea novinarstva koji rado koristeiskusni urednici, koji inače bez milosti izbacuju klišee iz tekstova, jest: “Ako vam mama kaže da vas voli, provjerite.”

Ali ovaj kliše novinarima i humanitarnim radnicima ne govori kako da provjere informaciju. Verifikacija je suština novinarstva, ali ona također ilustrira poteškoće i potrebu za visokim standardima u novinarstvu: put do verifikacije može biti drugačiji za svaku tvrdnju.

Iz tih razloga, ovaj priručnik neće novinarima, aktivistima i humanitarnim radnicima dati univerzalne korake koji vode do verifikacije, nego strategije za provjeru sadržaja – koje god on vrste bio i koja god vaša motivacija i uloga bila.

U srži verifikacije nalazi se pitanje: “Kako to znate?”.

Novinari ovo pitanje moraju postaviti svojim izvorima; urednici ga moraju postaviti novinarima. Novinari, urednici, producenti i aktivisti trebaju ovo pitanje postaviti u trećem licu o izvorima koje ne mogu direktno pitati: Kako to znate?

Rosalie Stemer, koja obučava novinare u redakcijama, dodaje da je drugo pitanje koje ilustrira višeslojnost procesa verifikacije i etičku upornost i snalažljivost koju verifikacija zahtijeva: “Kako još to znate?”.

Dok ispituujemo izvore i materijal i dok kolege ispituju nas, moramo tražiti višestruke načine verifikacije, više puteva do istine. (Ili pronaći “rupe” u priči prije nego što se njome počnemo baviti.)

Za verifikaciju je potrebna kombinacija tri faktora, a to su:

1. snalažljivost, upornost, skepticizam i vještina osobe koja se njome bavi,
2. znanje, pouzdanost i poštenost izvora i broj, raznolikost i pouzdanost različitih izvora koje možete pronaći i uvjeriti da razgovaraju s vama,
3. dokumentacija.

Tehnologija je unijela promjene u to kako primjenjujemo sva tri faktora: 24-satni ciklus vijesti i rast popularnosti društvenih medija i sadržaja koji proizvode korisnici zahtijevaju od nas da informacije prikupljamo i o njima izvještavamo u toku događaja, donoseći brze odluke o

tome da li su informacije dovoljno provjerene; digitalni alati daju nam nove načine pronalaženja i kontaktiranja izvora; baze podataka i sveprisutni mobilni telefoni sa kamerama daju nam ogromne količine dokumentacije koju treba pronaći i procijeniti. Uspješna verifikacija rezultat je efikasne upotrebe tehnologije, kao i posvećenosti bezvremenskim standardima tačnosti.

Potreba za verifikacijom počinje jednostavnom činjenicom da su mnogi od naših izvora informacija u krivu. Možda namjerno lažu, možda samo naivno prenose pogrešne informacije. Možda imaju loše pamćenje ili im fali ukupni kontekst i razumijevanje teme. Možda su u opasnosti i ne mogu reći sve što znaju ili ne mogu vidjeti kompletnu sliku događaja koji su u toku.

Naš posao nije da slijepo ponavljamo ono što izvori govore i materijal koji nam ponude, nego da ih dovedemo u pitanje, uporedimo ono što nude sa drugim pouzdanim izvorima i provjerimo šta je istina, uklanjajući iz naše priče (prije nego što je objavimo) netačne ili nedovoljno provjerene informacije.

Svaki od mnogih puteva verifikacije može imati svoje mane: u mnogim slučajevima, posebno u kriznim situacijama, sve češće nailazimo na obilje službenih izvora i neposrednih svjedoka, ljudi koji su vidjeli ili čak učestvovali u događajima o kojima izvještavamo. Ali i njihove priče mogu imati mane.

Guverner Zapadne Virdžinije Joe Manchin je 2006. godine saopćio novinarima da je 12 od 13 rudara zarobljenih u rudniku Sago [spašeno](#). Koji novinar ne bi objavio ovakvu priču?

Ali guverner nije bio u pravu. 12 od 13 rudara je poginulo, a samo jedan je spašen. Guverner se oslonio na podatke iz druge i treće ruke i niko ga nije pitao kako zna da su rudari živi. Moramo zapamtiti da i autoritete treba ispitati jednako agresivno kao i druge izvore.

Novi alati

Tehnologija je promijenila dokumentaciju. Video koji mi je omogućio da pobijem legendu iz 1996. ne bi postojao da sam priču pokušao napraviti prije 15 godina (iako bih i tada mogao pronaći snimak utakmice u televizijskim arhivima). Tokom godina, nakon što sam iskoristio taj video za verifikaciju, sveprisutnost mobilnih telefona i sigurnosnih kamera dodatno je povećala količinu i važnost videodokumentacije. Ali jednostavnost editovanja digitalnog videa povećava i važnost sumnjičavosti. I, naravno, svaki videosnimak samo je dio priče.

Tehnologija je promijenila i način na koji dolazimo do izvora i informacija. Budući da danas učesnici i svjedoci događaja dijele ono što su vidjeli putem opisa, fotografija i videoklipova na društvenim medijima i blogovima, novinari mogu, putem digitalnih alata za pretragu i *crowdsourcinga*, brže pronaći ljude koji su događajima neposredno prisustvovali i brže stupiti u kontakt s njima.

Nove alate možemo najefikasnije koristiti ako ih kombiniramo sa starim pitanjima: Kako to znate? I kako još to znate?

Onaj stari kliše o provjeravanju majčine ljubavi? Provjerio sam njegov izvor (stari Biro za

vijesti Chicago Cityja) na nekoliko online izvora: [Chicago Tribune](#), [AJR](#) i [The New York Times](#). Čak i tu legenda komplicira verifikaciju. U članku koji je u [Baltimore Sun-u](#) 1999. godine objavio Michael Pakenham kaže se da legenda citat pripisuje [Arnoldu Dornfeldu](#), dugogodišnjem uredniku noćnog izdanja (kao i tri gore navedena članka), ali “Dornie kaže da je zapravo drugi urednik koji je radio tamo, [Ed Eulenberg](#), prvi izgovorio ovu čuvenu rečenicu”.

Mama vas vjerovatno voli kao što tvrdi. Možete to provjeriti tako što ćete intervjuirati njene prijatelje i porodicu, iskopati fotografije i videosnimke gdje pokazuje ili izražava svoju ljubav. Pronađite pisma ili Facebook statuse putem kojih izražava svoju privrženost. Dokumentirajte poklone i postupke koji pokazuju njenu ljubav. A onda to isto učinite sa svakim tekstom, svakim događajem i svakim projektom na kojem radite.

Studija slučaja 2.1: Korištenje društvenih medija kao policijskog skenera



Anthony De Rosa je glavni i odgovorni urednik organizacije za mobilne vijesti [Circa](#). Ranije je bio urednik društvenih medija pri Reutersu i ima preko 15 godina iskustva kao stručnjak za tehnologije pri kompanijama kao što su Newmark Knight-Frank, Merrill Lynch, Bristol-Myers Squibb i Reuters Media. Godine 2011. osvojio je Reutersovu nagradu za najbolju inovaciju na području *storytellinga* za prijenos uživo događaja putem blogova i društvenih medija, a nedavno je dobio i nagradu za novinarstvo od novina El Mundo. Tvita pod imenom [\[@AntDeRosa\]\(https://twitter.com/AntDeRosa\)](#).

Mediji putem kojih prikupljamo informacije možda se mijenjaju, ali principi verifikacije ostaju isti. Propitivati ono što vidite i čujete, tražiti i potvrđivati izvore, razgovarati sa zvaničnim predstavnicima i primarnim izvorima – to su i dalje najbolje metode tačnog izvještavanja.

Mi u Circi pratimo udarne vijesti iz cijelog svijeta – ali objavljujemo samo one koje možemo potvrditi. To zahtijeva da koristimo društvene medije za praćenje vijesti kako se dešavaju tako da možemo provesti verifikaciju.

Zapamtite da informacije sa društvenih medija treba tretirati na isti način kao i informacije iz drugih izvora: sa izrazitim skepticizmom.

Informacije posmatram kao nešto što bih čuo preko policijskog skenera. Puno uzimam i vrlo malo objavljujem. Koristim informacije kao trag koji treba pratiti na tradicionalniji način. Obavljam telefonske pozive, šaljem mailove i kontaktiram primarne izvore koji mogu potvrditi da li je ono što sam čuo ili vidio istina.

U slučaju pucnjave na losanđeleskom aerodromu 2013. godine, naprimjer, primijetili smo da sa aerodroma pristižu izvještaji svjedoka i kontaktirali smo losanđelesku policiju, FBI-ev ured u Los Angelesu i Ured okružnog tužioca. Ukoliko nismo nezavisno mogli potvrditi ono što smo čuli i vidjeli, zadržali smo informacije za sebe dok ih ne potvrdimo.

Čak i u slučajevima kada su velike medijske kuće prenijele informacije, mi smo čekali da ih potvrdimo. Ove organizacije često navode neimenovane izvore iz policije a, kao što smo to vidjeli u slučaju bombaškog napada na bostonski maraton, pucnjave u Navy Yardu, napada na školu u Newtonu i u drugim situacijama, anonimni izvori iz policije često su nepouzdana.

Korištenje TweetDecka za praćenje informacija

Ako su društveni mediji policijski skener, TweetDeck je vaš radio. Postoji nekoliko načina da kreirate svoj *dashboard*, preko kojega ćete pratiti informacije koje pristižu.

Twitter liste kreiram unaprijed i za specifične potrebe. Lista tema koje me zanimaju uključuje policijske izvještaje za velike gradove, pouzdane lokalne reportere i medijske organizacije iz velikih gradova, te specijalizirane novinare. Ove liste mogu uključiti u kolone u TweetDecku i pretražiti ih ili ih jednostavno ostaviti da prikazuju informacije kako izlaze.

Slijetanje malog aviona u Bronx

Evo kako sam u januaru 2014. godine, kada je mali avion sletio na cestu u Bronxu, koristio pretragu na TweetDecku da pronađem izvještaje sa lica mjesta i da ih uporedim te da verificiram ono što sam našao.

Primijetio sam da se u mom *timelineu* pojavilo nekoliko tvitova koji spominju slijetanje aviona na autoput Major Deegan u Bronxu u New Yorku, što nije uobičajena pojava.



NYC Fire Wire

@NYCFireWire

Follow

Bronx *Plane Down* Major Deegan Expy. E-81 confirming a small plane down, no fire, appears to be an emergency landing.

Reply Retweet Favorite More

49
RETWEETS

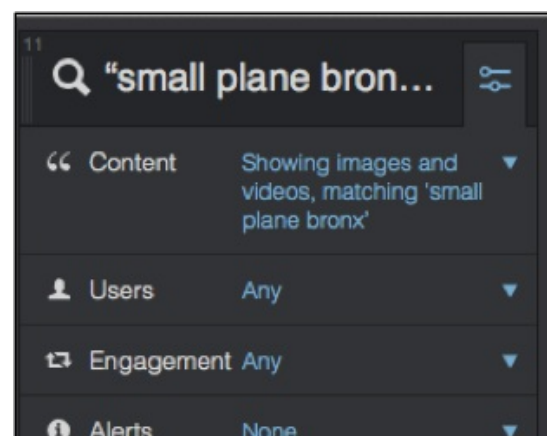
6
FAVORITES



12:28 PM - 4 Jan 14

Avion je sletio oko 15:30 po lokalnom vremenu (tvit je označen pacifičkom vremenskom zonom). Ovo je bio jedan od prvih tvitova koji su izvijestili o slijetanju. Pratim nekoliko naloga sa područja New Yorka, što mi služi kao neka vrsta policijskog skenera za ovo područje. Ništa ne izvještavam dok ne potvrdim, ali je korisno imati ovakva potencijalna obavještenja za dublja istraživanja.

Nakon što sam vidio ove prve izvještaje, pretražio sam TweetDeck, koristeći funkciju koja prikazuje samo tvitove koji imaju fotografije ili video. Tražio sam termine “mali avion” i “Bronx”.



Gore prikazani rezultati pokazali su da su o slijetanju aviona izvijestili pouzdani lokalni izvori i da su imali fotografije. Našao sam i dodatne informacije i fotografije putem šire pretrage svih tvitova koji su koristili filter za lokaciju (radijus od 5 milja od New Yorka) i ključne riječi “mali avion” i “Bronx”.

Pretražio sam i svoje specijalizirane liste verificiranih Twitter naloga koji pripadaju državnim i gradskim

Previews Off · S · M · L

Share Clear Remove

New York City Alert... 1m
Bronx: Major Deegan Expy at East 233 St. 3 injured after small plane lands on the Major Deegan Expy.
pic.twitter.com/T1cmSQiSr8

Open



Mark Spourer retweeted

KGW News @KGWN... 7m
Small plane makes emergency landing on Bronx expressway
bit.ly/1cQaEQX
pic.twitter.com/HH56fslz9N

Open



“small plane bronx, near...”

Content

Showing all Tweets

matching small plane bronx, near

excluding Enter words to exclude

agencijama New Yorka i ponovo pri tome koristio filter za lokaciju. Ovi pouzdani izvori (navedeni ispod) pomogli su mi da potvrdim događaj.

Nakon ovoga sam kontaktirao Ured za odnose s javnošću Vatrogasne službe New Yorka da potvrdim informacije koje sam pronašao i upitam za bilo kakve dodatne detalje koje bi oni mogli znati. Rečeno mi je da je na avionu bilo troje ljudi: dvoje putnika i pilot. Kasnije su nam saopćili i model aviona, ime osobe na koju je bio registriran i ime bolnice u koju su pilot i putnici odvezeni. Društveni su nas mediji doveli do događaja, ali smo detalje o njemu morali pronaći staromodnim putem.

Kada smo ocijenili da smo prikupili dovoljno pouzdanih informacija, predali smo svoju priču (vidi ispod). Circa aplikacija čitateljima nudi opciju “follow”, koja im omogućava da prate priču koja se razvija i dobijaju notifikacije kada se objave nove informacije. TweetDeck nam omogućava da rano uhvatimo priču koja se tek dešava i da pronađemo pouzdane izvore (policiju, primarne izvore) koje možemo kontaktirati radi potvrde validnosti izvještaja sa društvenih mreža. U nekim slučajevima, kontaktiramo osobu koja je informaciju postavila na Twitter i pokušamo odrediti da li je pouzdana.

Prikupljanje dokaznog materijala

Informacije koje vidite na društvenim medijima trebaju biti prvi korak prema utvrđivanju onoga što se stvarno desilo, ne posljednja riječ.

Ključno je da pratite što više možete, prikupljate informacije i upoređujete ih sa drugim sadržajima i informacijama i na taj način gradite dokazni materijal. Pronađite načine da potkrijepite ono što vidite na mrežama direktnim kontaktom sa ljudima koji su povezani s tim sadržajem i verificirajte i njih.

Kao što sam rekao, tretirajte društvene medije kao policijski skener.

written in any language

retweets included

Users Any

Engagement Any

Alerts None

Previews Off · S · M · L

Share Clear Remove

 **Stuart DiMartini** @s... 35s
 Small plane makes emergency landing on Bronx expressway, no major injuries reported
nj.com/news/index.ssf...
 Open


 **soulupdates** @soulu... 53s
 Small Plane Crash Lands On Bronx Expressway, No One Dies: If you are traveling northbound on the Major Deegan ...
bit.ly/1i5O73v
 Open


Ryan Pollydore retweeted

 **New York City Alert...** 8m
 Bronx: Major Deegan Expy at East 233 St. 3 injured after small plane lands on the Major Deegan Expy.
pic.twitter.com/T1cmSQiSr8



Open

12 NY State/City Age... 

Content 

Showing all Tweets

matching plane

excluding Enter words to exclude

retweets included

Users Any

Alerts None

Previews Off · S · M · L

Edit list

Share Clear Remove

plane down on Deegan Expressway. #FDNY firefighters removing plane's fuel. pic.twitter.com/a4xcEALmj



Open

FDNY @FDNY 1h

Now: Plane on Deegan Expsrwy. Three non-life threatening injuries. No cars affected. #FDNY removing plane fuel. pic.twitter.com/V03PIQng1



Open

NYPD NEWS @NYPD... 1h

A Cessna plane made an emergency landing on Major Deegan Expwy at Exit 13 minor injuries ALL N/B lanes closed pic.twitter.com/cg1fsA1Jkt



Open

Small plane makes emergency landing on Bronx expressway

U.S. - JANUARY 6, 2014 3:20PM

A private plane was forced to land suddenly along the Bronx's Major Deegan Expressway.



FOL
STO

SHA

+

+

f

g+

Poglavlje 3: Verifikacija sadržaja koje proizvode korisnici



Claire Wardle je istraživačica pri Tow Centru na Univerzitetu Columbia. Radi na velikom istraživačkom projektu o sadržaju koji kreiraju korisnici i na televizijskim vijestima. Dizajnirala je trening iz društvenih medija za BBC 2009. godine i nakon toga, na području prikupljanja i verifikacije informacija sa društvenih mreža, trenirala novinare širom svijeta. Posljednje dvije godine Claire radi za [Storyful](#). Ima doktorat iz komunikacija sa Annenber fakulteta za

komunikacije pri Univerzitetu Pennsylvania. Tvita pod imenom [\[@cward1e\]](#)(<https://twitter.com/cward1e>) i vodi blog na adresi [clairewardle.com](#).

Za manje od decenije, prikupljanje vijesti transformirano je na dva značajna načina.

Prvi je mobilna tehnologija. U ljeto 2013. desila se važna prekretnica | prvi put [više od pola \(55%\) prodatih mobilnih telefona činili su pametni telefoni \(eng. smartphone\)](#).

Prema definiciji, pametni telefon ima visokokvalitetnu kameru sa mogućnošću snimanja videa i korisniku dozvoljava lak pristup internetu. Kao rezultat toga, sve više ljudi u svom džepu ima tehnologiju koja im omogućava da veoma brzo snime događaje kojima prisustvuju i da tako snimljen materijal direktno podijele sa ljudima koje bi to moglo interesirati, a i šire, putem društvenih mreža.

Druga za ovo vezana prekretnica je razvoj društvenog interneta. Kada je BBC-jev Centar za korisničke sadržaje počeo sa radom rane 2005. godine, oslanjali su se na to da im ljudi šalju sadržaj na jednu centralnu email adresu. Facebook je tada imao nešto preko 5 miliona korisnika, u poređenju sa preko milijardu koliko ima danas. YouTube i Twitter još nisu postojali. Danas se svake minute na YouTube [postavi 100 sati sadržaja](#), pošalje 250.000 tvitova i na Facebook postavi 2,4 miliona pojedinačnih sadržaja.¹ Ponašanje publike značajno se promijenilo.

Umjesto da snime nešto i, kada to novinska kuća zatraži, pošalju na njihovu adresu, ljudi danas snimaju ono što vide i postavljaju to na Facebook, YouTube i Twitter. Istraživanja su pokazala da veoma mali broj korisnika shvata da bi ono što snime moglo imati dovoljnu vrijednost za medijsku organizaciju kada bi to samostalno poslali.² Oni zapravo na mreže postavljaju sadržaje kako bi podijelili iskustvo sa svojim prijateljima i porodicom.

Događajima širom svijeta sve češće prisustvuju "slučajni novinari" | ljudi koji se nalaze na pravom mjestu u pravo vrijeme, sa telefonom u rukama. Kao što kaže [kaže](#) Anthony De Rosa, bivši Reutersov urednik društvenih medija i trenutni glavni urednik Circe: "Prva pomisao fotografa obično nije 'Moram ovo podijeliti sa velikom TV-kućom', njih ne zanimaju tradicionalne televizijske mreže ili čak za njih nisu ni čuli. Ono za šta jesu čuli je internet i to je mjesto na kojem će sa svijetom podijeliti ono što snime."

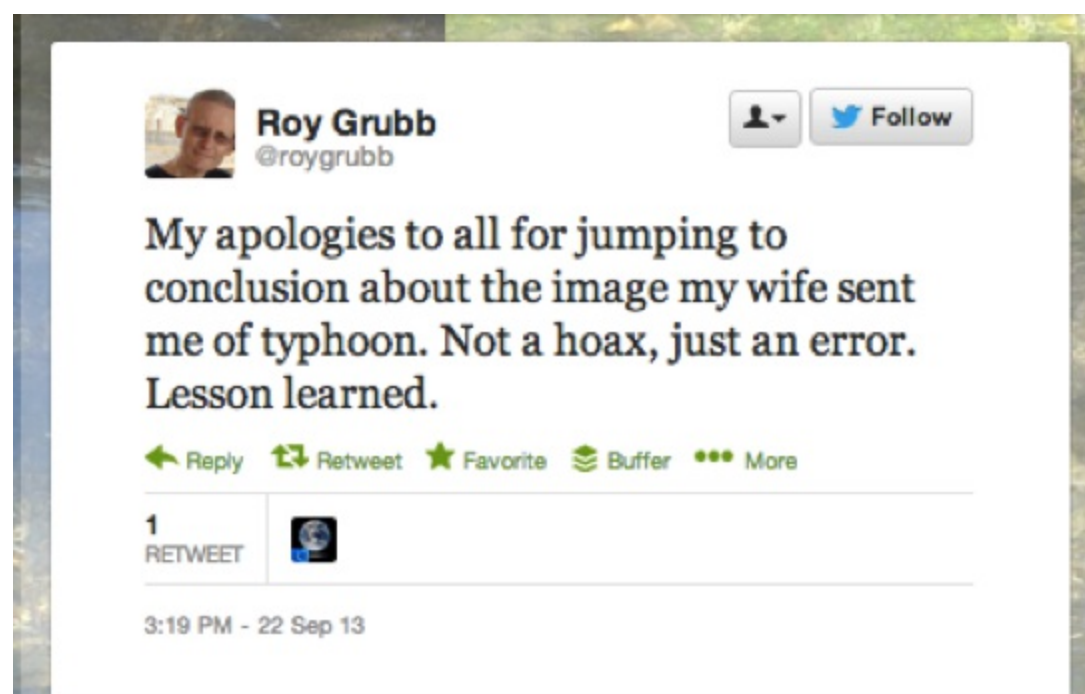
Slično tome, tokom razvoja udarnih događaja, publika će informacije prije potražiti na društvenim mrežama, što znači da volonteri i humanitarne organizacije također koriste društvene mreže. Nažalost, krizne situacije izazivaju širenje lažnih informacija, namjerno ili slučajno, zbog čega novinari i humanitarni radnici trebaju uvijek pretpostaviti da je sadržaj

netačan. Tokom kriznih situacija, kada informacije mogu doslovno utjecati na živote, verifikacija je krucijalan dio procesa prikupljanja i širenja informacija.

Važnost verifikacije

Činjenica da sada svako može postaviti sadržaj na internet, označiti ga i opisati kao određeni događaj, novinare i posebno urednike čini užasnutim mogućnošću da nasjednu na prevaru ili da u javnost puste lažni sadržaj.

Postoje ljudi koji se zaista trude namjerno prevariti novinske organizacije i javnost kreiranjem lažnih web stranica i Twitter naloga, te fotošopiranjem slika i editovanjem videoklipova. Ipak, u većini slučajeva greške nisu namjerne. Ljudi jednostavno, pokušavajući da pomognu, pronalaze pogrešno označen sadržaj od ranijih događaja i dijele ga. Ovdje možemo vidjeti primjer čovjeka koji se izvinjava nakon što je [tvitao fotografiju](#) koju je e-mailom dobio od svoje žene. Ona mu je rekla da fotografija prikazuje tajfun Usagi na putu prema Hong Kongu; ustvari se radilo o staroj fotografiji drugog događaja.



Ljudi koji skidaju videosadržaje sa YouTubea i onda ga postavljaju na svoje YouTube kanale, tvrdeći da su snimci njihovi, prouzrokuju drugu vrstu problema. Ovo nije prevara – radi se o nečemu poznatom pod nazivom “scrape” (“struganje”) – ali znači da će nam posao pronalaženja izvornog autora sadržaja biti dodatno otežan.

Teškoće pronalaženja izvornih snimaka pokazale su se kada je američki Senate Intelligence Committee [objavio plej-listu 13 videoklipova](#) sa YouTubea koje su koristili za pronalaženje dokaza o napadu hemijskim oružjem na East Goutu u Siriji 2013. Dio ovih videoklipova uzet je sa dobro poznatog sirijskog YouTube kanala, koji redovno objavljuje videosadržaje sa kanala drugih korisnika. Ovo je navelo na zaključak da videoklipovi uključeni na plej-listu nisu izvorni nego “scrapes”. Koristeći niz tehnika za verifikaciju, Félim McMahon iz Storyfula uspio je pronaći originalne verzije videa. Proces je opisao [ovdje](#) a ono što njegov primjer pokazuje je da ova pitanja nisu više samo stvar novinarske zajednice.

Procedura verifikacije

Sposobnost verifikacije je ključna vještina, koju omogućavaju besplatni online alati i oprobane novinarske tehnike. Nijedna tehnologija ne može verificirati korisnički sadržaj sa stoprocentnom sigurnošću. No, ni ljudsko oko i tradicionalna istraga nisu dovoljni. Potrebna

je kombinacija ova dva elementa.

Kada novinar ili humanitarni radnik pronađe informaciju ili sadržaj putem društvenih medija ili mu je neko pošalje, potrebno je provjeriti i potvrditi četiri elementa:

1. Porijeklo: Da li je sadržaj originalan?
2. Izvor: Ko je postavio sadržaj?
3. Datum: Kada je sadržaj kreiran?
4. Lokacija: Gdje je sadržaj kreiran?

1. Porijeklo: Utvrđivanje autentičnosti sadržaja

Ukoliko sadržaj pronađete na profilu na nekoj društvenoj mreži, potrebno je provesti niz provjera kako bi se utvrdilo da profil nije lažan.

Ukoliko se radi o tvidu, imajte na umu da se putem stranice lemmetweetthatforyou.com iznenađujuće lako može lažirati tvid, koji se nakon toga može podijeliti u obliku slike.

Još jedan način širenja lažnih informacija na Twitteru je predstavljanje lažnih informacija kao retvitova. Npr.: “Stvarno? RT @JoeBiden Najavljujem povlačenje iz politike”. Ovako formuliran tvid izgleda kao da se radi o retvitu.

Lažni profili također često dodaju Twitterov plavi znak potvrde na pozadinsku sliku profila kako bi izgledalo kao da je profil legitiman. Da biste provjerili da li je nalog zaista verificirao Twitter, stanite mišem na plavi znak | iznad njega bi se trebao pojaviti tekst “verificirani nalog”. Ukoliko se to ne desi, nalog nije zaista verificiran.

Facebook je uveo sličan program verifikacije, sa istim plavim znakom, za profile poznatih ličnosti, novinare i predstavnike vlasti. (Kao i na Twitteru, Facebook vodi ovaj program verifikacije i odlučuje koje zahtjeve za verifikaciju odobriti.) Na Facebook stranicama, kao što je slučaj sa prikazanim primjerom stranice trkača Usaina Bolta, plavi znak se pojavljuje ispod naslovne slike, pored imena osobe.



Na ličnim profilima, znak se pojavljuje na naslovnoj slici. Ovdje vidimo profil Liz Heron, urednice novih medija u The Wall Street Journalu:

Kao i na Twitteru, moguće je fotošopirati ovaj plavi znak na naslovnu fotografiju i, kao i na Twitteru, ako stanete mišem na taj znak, trebale bi se pojaviti riječi “verificirani profil”.

Ali zapamtite da je ovdje, kao i na Twitteru, proces verifikacije naloga daleko od transparentnog, pogotovo kada se radi o manje poznatim ličnostima, te može biti nejasno da li je neverificirani profil lažan ili osoba jednostavno nije dovoljno slavna da bude verificirana!



Liz Heron

Timeline

About

Photos

Friends

More



Liz Heron

Verified profile

Timeline

About

Photos

Friends

More

Čak i uz postojanje ovih oficijelnih programa verifikacije profila, ne postoji brz način da se provjeri da li je profil pravi ili ne, osim pažljive provjere svih detalja dostupnih na njemu. Treba pregledati linkane web-stranice, fotografije, videoklipove, postavljene statuse i tvitove. Ko su im prijatelji i sljedbenici? Koga oni prate? Da li

se nalaze na Twitter listama?

Ukoliko je sadržaj koji provjeravate fotografija ili video, jedno je od prvih pitanja da li je sadržaj originalan. Korištenjem opcije obrnute pretrage fotografija, kakvu nude Google Images ili TinEye³, možete ustanoviti da li je fotografija ranije postavljena na internet. (Za više detalja o korištenju ovih alata, pogledajte poglavlje 4.)

Iako su namjerne prevare rijetke, dešavaju se. Posljednjih godina pojavilo se nekoliko relativno bezopasnih lažnih videoklipova koje su kreirale [firme za odnose s javnošću u potrazi za publicitetom](#) i [studenti u sklopu svojih diplomskih radova](#). Bilo je i nekoliko namjernih pokušaja kreiranja lažnog sadržaja, posebno u Siriji i Egiptu, gdje se “neprijatelj” nastoji diskreditirati dijeljenjem sadržaja kreiranog da izgleda pouzdano.

Korištene tehnike uključuju kreiranje lažnih, ali vizuelno identičnih web stranica i [priznavanje odgovornosti za bombaške napade](#) te lažiranje napada i okrivljavanje druge strane za njih. Manipulaciju je danas poprilično jednostavno postići i, bez obzira na to da li ste Nancy Pelosi i [pokušavate kreirati fotografiju svih žena u Kongresu](#), čak i ako su neke od njih pokojne, ili ste sirijska aktivistička grupa koja dijeli video [čovjeka koji izgleda živ zakopan](#), svaki novinar ili humanitarni radnik mora poći od pretpostavke da je korisnički sadržaj lažan. (Za više detalja o verifikaciji videa, pogledajte poglavlje 5 ove knjige.)

2. Utvrđivanje izvora

Konačni cilj pokušaja verifikacije korisničkog sadržaja je identificirati osobu koja je sadržaj izvorno postavila online i stupiti u kontakt s njom.

Tokom te konverzacije, ključna pitanja se odnose na to gdje je osoba stajala kada je snimila materijal, šta je pri tome mogla vidjeti, kao i tip kamere koji je koristila. (Ova nam pitanja daju podatke na osnovu kojih možemo odgovoriti na test “Kako to znate?” Stevea Buttryja

opisan u prethodnom poglavlju.)

Ukoliko neko pokušava proturiti lažne informacije, namjerno ili ne, postavljanje direktnih pitanja često će rezultirati priznanjem da oni zapravo nisu sami snimili materijal. Dodatno, moguće je uporediti odgovore na neka od ovih pitanja sa podacima koji se mogu dobiti pregledom EXIF podataka unutar fotografije ili upoređivanjem videa sa prikazom specifične lokacije na Google Street View servisu, o čemu ćemo detaljnije govoriti u narednim poglavljima.

Ali prvo morate pronaći osobu od koje je sadržaj došao. Istraživanje historije određenog korisnika može nalikovati dobroj staroj policijskoj istrazi i možda ćete se osjećati više kao uhoda nego kao novinar ili istraživač.

Neki ljudi na društvenim mrežama dijele mnogo informacija i nečije pravo ime (posebno neko koje nije previše često) može vas dovesti do obilja informacija. Budući da ljudi svoje online živote žive na nekoliko društvenih mreža, često nisu svjesni da se svi ti podaci mogu kombinirati i na osnovu njih kreirati dosje bogat informacijama. YouTube profil sa veoma malo ličnih informacija i linkom na web stranicu novinara može dovesti do lične adrese, emaila i broja telefona, putem stranice who.is.com.⁴

3. Utvrđivanje datuma događaja

Verifikacija videosadržaja jedan je od najtežih zadataka. Neki su aktivisti svjesni ove činjenice i pri snimanju će pokazati naslovnicu današnjih novina na kojoj se jasno vidi datum. Ovo, naravno, nije nesporan dokaz, ali ako osoba koja postavlja klipove postane poznata i pouzdana za organizacije, novinske ili humanitarne, ovo je koristan dodatni podatak.

Imajte na umu da YouTube videosadržaje obilježava pacifičkim standardnim vremenom (PST). Ovo nekada može dovesti do zabune te izgleda kao da je video postavljen prije nego što se događaj desio.

Još jedan način da se ustanovi vrijeme snimanja su podaci o vremenskim prilikama. [Wolfram Alpha](#) je pretraživač koji vam, između ostalog, omogućava da provjerite kakvo je bilo vrijeme određenog datuma. (Jednostavno ukucajte frazu poput: “Kakvo je bilo vrijeme u Karakasu 24. septembra 2013. godine?” i dobit ćete rezultat.) Ove informacije mogu se kombinirati sa tvitovima i podacima lokalnih hidrometeoroloških službi, te drugih korisnika koji su istog dana postavili sadržaje sa iste lokacije.

4. Utvrđivanje lokacije

Samo je mali procent sadržaja automatski označen geotagovima, ali platforme za mapiranje – Google Maps, Google Earth, Wikimapia – jedan su od prvih koraka provjere videa i fotografija. Zaista je nevjerovatno šta se sve može locirati ovim putem.⁵ Novinar bi uvijek trebao provjeriti više ovih alata ■ naime, nekada se rezultat pojavi na jednom ali ne i na drugom. Geolociranje je otežano kada je prikaz na servisu zastario, kao u Siriji, oštećen bombama ili granatiranjem ili prirodnim katastrofama, kao na Long Islandu nakon uragana Sandy.

Aktivisti koji su svjesni izazova verifikacije često prije ili poslije snimanja kamerom uhvate i

okolinu, da pokažu zgradu koja se može identificirati na mapi, bilo da je ona visoki toranj, minaret, katedrala ili znak. Ovo je dijelom rezultat zahtjeva novinskih organizacija⁶, a dijelom činjenice da [aktivističke grupe sada međusobno dijele savjete o najboljim praksama](#) postavljanja korisničkog sadržaja na internet.

Verifikacija kao proces

Nažalost, ljudi često verifikaciju vide kao jednostavan da/ne čin. Nešto je verificirano ili nije.

U praksi, kao što je to opisano iznad i u narednim poglavljima, verifikacija je proces. Relativno je rijetko dobiti jasne odgovore na sve ove provjere. Zato je korištenje određenog korisničkog sadržaja na kraju urednička odluka.

Dvije novije akademske studije analizirale su sadržaj BBC-ja i Al Jazeera Arabic. Studije su pokazale da, iako uredništvo provodi provjere sadržaja, rezultati tih provjera rijetko se dijele sa publikom.

Kao što je Juliette Harkin zaključila u [svom istraživanju iz 2012. godine](#), “ni BBC Arabic ni Al Jazeera Arabic ni u jednom od evaluiranih programa i videosadržaja nisu izričito naveli da li su izvori verificirani i pouzdani. Standardno upozorenje pri emitiranju 'ovaj snimak ne može biti potvrđen' nije korišteno ni u jednom programu evaluiranom tokom ovog istraživanja.”⁷

Postoje pomaci u povećanju transparentnosti prema publici kada se radi o procesu verifikacije, kojem novinari podvrgavaju sadržaj koji novinske kuće preuzimaju od korisnika. AP i BBC rade na tome da svoj proces verifikacije učine jasnijim: u augustu 2013. godine, BBC je [objavio](#) da je, [nakon iscrpnog istraživanja o upotrebi korisničkog sadržaja tokom Arapskog proljeća](#), “usvojio nova uputstva za sve snimke preuzete od korisnika, a za koje je nezavisna verifikacija bila nemoguća”, što publici daje na znanje ono što i oni sami znaju.

U narednih nekoliko godina vjerovatno će se pojaviti nova gramatika verifikacije, a publika će očekivati da im se kaže šta novinska organizacija zna o određenom sadržaju preuzetom sa društvenih medija. Kada publika može vidjeti isti snimak kao i medijske kuće i drugi koji prikupljaju materijale od korisnika, ovaj nivo transparentnosti i odgovornosti je obavezan.

-
1. Za više informacija o ovome, pogledajte “*The Checklist Manifesto*” Atula Gawande↵
 2. <http://storify.com/acarvin/how-to-debunk-a-geopolitical-rumor-with-your-tweet2>↵
 3. <http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/06/10/following-up-part-i-battlefield-refuse-social-media-and-qaddafis-cluster-bombs/>↵
 4. <http://www.theguardian.com/world/2013/mar/21/frontroom-blogger-analyses-weapons-syria-frontline>↵
 5. Pročitajte ovaj tekst o geolociranju položaja eksplozije tenka u Siriji: <http://blog.storyful.com/2013/03/13/the-changing-nature-of-conflict-and-technology/>↵
 6. Vidi istraživanje Juliette Harkin.↵
 7. Vidi istraživanje Harkin, str. 31↵

Studija slučaja 3.1: Monitoring i verifikacija tokom ukrajinskih parlamentarnih izbora



Anahi Ayala Iacucci je viša savjetnica za inovacije pri [Internewsom centru za inovacije i učenje](#) i Internewsom projektu za humanitarne medije. Tokom protekle četiri godine, radila je na primjeni tehnologija i inovacija u humanitarnim krizama, razvoju medija, prevenciji konflikata i ljudskim pravima širom svijeta, za organizacije poput Svjetske banke, UN-a, NDI-a i Freedom Housea, između ostalih. Vodi blog na adresi anahiayala.com i tvita pod imenom [@anahi_ayala](https://twitter.com/anahi_ayala)(https://twitter.com/anahi_ayala).

Tokom ukrajinskih parlamentarnih izbora u jesen 2012. godine, [Internews Ukraine](#), lokalna nevladina organizacija koju podržava globalna neprofitna medijska organizacija [Internews](#), provela je projekt monitoringa medija pod nazivom Elect.UA. Projekt je koristio mješavinu crowdsourcinga, mobilnih telefona, društvenih medija, profesionalnog monitoringa izbora i medijskog monitoringa u cilju nadzora izborne kampanje i mogućih kršenja pravila ili utjecaja na rezultate.

Projekt je imao prilično kompleksnu strukturu: 36 novinara širom zemlje izvještavalo je tokom predizborne kampanje i na sam dan izbora. U isto vrijeme, zaposlenici tri različite organizacije za monitoring izbora slali su izvještaje na zajedničku platformu putem SMS-a, online formulara i e-maila. Elect.UA također je pozvao građane Ukrajine da pošalju izvještaje o svom iskustvu sa izborima putem društvenih medija (Twittera i Facebooka), mobilnih tehnologija (SMS-a i otvorene linije za pozive), putem aplikacije za pametne telefone i online formulara i e-maila.

194

Повідомлення про порушення



Останні повідомлення

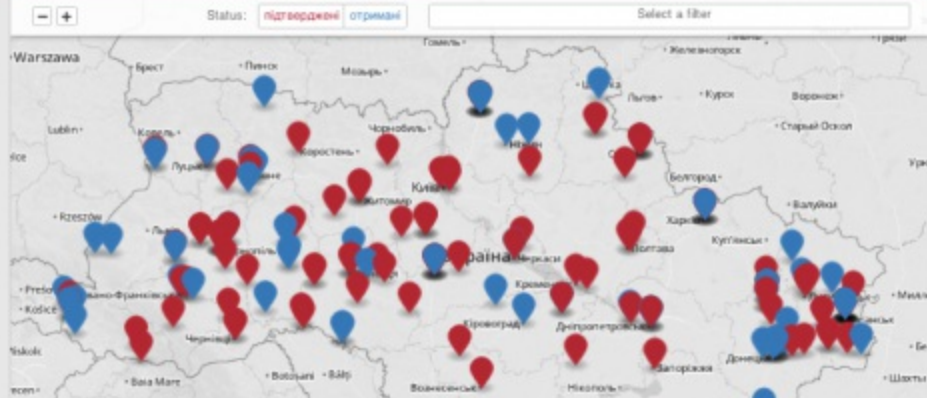
Соціологічне дослідження, оприлюднене в адаптивному ...
На ВО №3 кандидат Михайло Ратушник здійснив підкуп виб...
Політична реклама на громадському транспорті в Зап...

Перейти до паравіку життя

Звіт відповіддю до джерел

Facebook 0/0% Twitter 0/0% Mobile 0/0% 94/100% Email 0/0%

Карта порушень



Sve informacije koje su dolazile od novinara i posmatrača koje je trenirao Internews automatski su tagovane kao verifcirane, dok je izvještaje koje su slali građani pregledao tim od 16 administratora stacioniranih u Kijevu.

Za verifikaciju ovih poruka, tim administratora kreirao je protokol baziran na izvoru informacije: mobilna tehnologija, društveni mediji, online formulari ili e-mail..

Za svaki izvor, pokušavalo se odrediti ko je poslao informaciju (ako je moguće), sadržaj informacije i njen kontekst. Za svaku od ovih komponenata, tim je također pokušavao odrediti da li je nešto 100% verifcirano ili samo djelimično.

Za informacije koje su dolazile sa društvenih medija, korišten je granati model prikazan na slici ispod.

Check the bio

B. Google the name and surname and find out if:

C. Check any other related account/page/blog relate

D. Check the possible location of this person

A. Do they belong to a specific group/

Check friends and network

B. Who trusts them and who does he/s

C. Does he belong to any group/party

Check the content

A. What is he/she talking about?

B. Does he follow a specific path of topics or it

C. Does he have very strong opinions?

D. Does this person seem trustworthy?

E. Is there any unusual activity?

Check online to see if the information reported is also found in any ot

[Kliknite za kompletan dijagram](#)

Prvi korak pri verifikaciji bila je internetska pretraga, kojom bi se utvrđivali svi digitalni tragovi osobe koja je poslala informaciju i sadržaja koji je poslala. (Npr., pregledali smo druge profile na društvenim medijima, spominjanja u medijskim člancima, informacije o fakultetu, povezanosti itd.) Cilj pretrage bio je

utvrditi da li je osoba pouzdan izvor i da li na internetu već postoji trag informacije koju je osoba poslala.

Drugi je korak korištenje informacije u formiranju profila osobe, kao i profila sadržaja koji su poslani. Za svako od 5W pitanja (ko, šta, kada, gdje i zašto), administratori su morali pažljivo odrediti šta mogu dokazati a šta ne. U slučaju multimedijalnih sadržaja, protokol verifikacije je bio isti, ali smo imali različit put.

Fotografije i videosadržaje smo verificirali tražeći detalje koje možemo identificirati na snimku, analizom audiodijela (slušanje jezika, dijalekta, kolokvijalnoga govora, pozadinske buke itd.), odjeće i osvjetljenja (vještačko ili prirodno), između ostalog.

U slučajevima kada određeni sadržaj nismo bili u mogućnosti verificirati sa dovoljnom sigurnošću, poslali bismo ga izbornom posmatraču ili novinaru da ga provjeri na licu mjesta.

Elect.UA je tako, naprimjer, 28. septembra 2012. dobio informaciju putem web-sajta da je kandidat za parlament Leonid Datsenko pozvan na razgovor sa nepoznatom osobom, nakon čega su mu prijetili sa ciljem da se povuče iz izbora.

Naredni dan, administratori platforme su pronašli [članak](#) u pouzdanim medijima u kojem se nalazio snimak razgovora. Zadržali smo ovu prijavu na verifikaciji, i onda su 1. oktobra lokalni novinari [o pres konferenciji o incidentu](#). Lokalni novinari koji su radili za Elect.UA uradili su i intervju sa lokalnim predstavnicima policije, koji su potvrdili slučaj.

Ukupno, tim Elect.UA uspio je verificirati nevjerovatnu količinu informacija koristeći ove protokole i primijetio je da su administratori radili sve brže što su postajali bolje upoznati sa protokolom. Ovo pokazuje da je verifikacija korisničkog sadržaja vještina koja se može naučiti i sistematizirati, te dati efikasne, pouzdane rezultate.

Poglavlje 4: Verifikacija fotografija



Trushar Barot je pomoćnik urednika Odjela za društvene medije i korisnički sadržaj na [BBC News](#). Već 15 godina radi u britanskim medijima, u novinama, na televiziji, na radiju, na online medijima, u društvenim i digitalnim medijima. Posljednje četiri godine radi na razvoju i implementaciji strategije društvenih medija za BBC News i njihovu “društvenu redakciju” u sjedištu u centralnom Londonu. Tvita pod imenom [@trushar](#).

Jedna snažna fotografija može odrediti priču.

Ovo je svakako bio slučaj na početku djelovanja BBC-jevog Odjela za sadržaje koje kreiraju korisnici u julu 2005. godine. Početni tim kreiran je sedmicu ranije kako bi se sredio sadržaj koji su BBC Newsu slali njihovi korisnici i kako bi se najbolje od njega prikazalo na televiziji, radiju i internetu.

I onda se 7. jula u Londonu desio bombaški napad.

Tog jutra, dok su BBC i druge medijske organizacije izvještavale o strujnim udarima u londonskom metrou, tim za prikupljanje korisničkih sadržaja počeo je razaznavati drugačiju priču, koja je BBC Newsu stizala direktno od gledatelja.



Photo: Alexander Chadwick

Ovo je bila jedna od prvih fotografija koje su stigle. Prije nego što je puštena u eter, fotografija je pažljivo pregledana, a kontaktirana je i osoba od koje je stigla da bi se provjerila njena priča i detalji onoga što je osoba vidjela. Fotografija je nenamjerno postala jedan od prvih primjera procesa verifikacije

korisničkog sadržaja, koji je od tada postao standardna praksa u medijskoj industriji.

Ova fotografija, i druge poput nje, prikazivale su teror i kaos u Londonu tokom i odmah nakon napada. Kao rezultat njenog objavljivanja, izvještavanje o događajima se ubrzo promijenilo. Ovo je prvi značajan primjer gdje je sadržaj koji šalju korisnici imao ključni

utjecaj na tačnije, bolje i brže izvještavanje BBC Newsa.

Danas, tim za korisnički sadržaj dio je redakcije BBC-ja. Sastoji se od 20 novinara, koji rade na svim platformama – TV, radio, internet i društveni mediji – da osiguraju sadržaj koji kreiraju ili gledatelji BBC-ja ili korisnici interneta uopće.

Verifikacija je ključni dio uspjeha ovog tima. Tehnologija se od 2005. značajno promijenila, donoseći sa sobom eksponencijalni rast u korištenju društvenih mreža i mogućnosti mobilnih telefona. Ove promjene nude velike prednosti za naš proces prikupljanja vijesti, posebno udarnih, ali su one ujedno i veliki izazov.

Bez obzira na to da li se radi o pouzdanoj globalnoj medijskoj organizaciji kao što je BBC ili humanitarnim radnicima na terenu, potreba da se prizori udarnih vijesti brzo prikupe i podijele mora biti balansirana sa potrebom da te slike budu vjerodostojne i autentične. Pored toga, moramo provjeriti da li su autorska prava zaštićena i zatražiti potrebne dozvole.

Od tog dana 2005. godine, tim za korisnički sadržaj razvio je niz metoda koje nam pomažu u ovom procesu. I iako će se tehnologija nastaviti mijenjati – kao i alati koje koristimo – osnovni principi verifikacije fotografija ostaju isti: 1. Ustanoviti ko je autor/izvor fotografije. 2. Potvrditi lokaciju, datum i približno vrijeme kada je fotografija snimljena. 3. Potvrditi da fotografija prikazuje ono što oznaka tvrdi/sugerira da prikazuje. 4. Dobiti dozvolu autora/izvora za korištenje fotografije.

Razmotrimo ove korake detaljnije.

1. Ustanoviti ko je autor/izvor fotografije

Očigledni – i obično najefikasniji – način da se ovo uradi je kontaktirati osobu koja je fotografiju postavila online i pitati je da li je ona autor fotografije.

Prvi je korak kontaktirati osobu koja je postavila sadržaj putem profila na društvenoj mreži ili e-mail adrese, ali je važno utvrditi i što više detalja o njoj. Ovi nam detalji mogu pomoći da odredimo da li je osoba zaista originalni izvor fotografije.

Kao što je to objašnjeno u prvom poglavlju, ljudi često pokušavaju pomoći postavljanjem fotografija koje su vidjeli drugdje. Ovo se često dešava novinskim organizacijama – dobronamjerni čitatelji šalju fotografije da bi pomogli u izvještavanju. Pitati pošiljatelja da potvrdi da li je fotografija zaista njegova može uštedjeti mnogo vremena u procesu verifikacije.

Pronalaženje izvora fotografije počinje osobom koja ju je postavila online, ali često završava drugom osobom – onom koja je fotografiju zapravo snimila.

Kao što je to spomenuto u jednom od prethodnih poglavlja, važan je korak korištenje servisa poput [Googleove obrnute pretrage fotografija](#) ili servisa [TinEye](#). Zalijepite URL fotografije ili je kopirajte u bilo koji od ova dva servisa i oni će skenirati internet u potrazi za istom fotografijom. Ukoliko se kao rezultat pojavi nekoliko linkova, kliknite na “pogledaj druge veličine” da dalje istražite.

Fotografija najveće rezolucije obično je originalni izvor. (Na Google Images servisu,

rezolucija je prikazana pored svake fotografije.) Ovaj rezultat onda možete uporediti sa fotografijom koju imate i provjeriti da li izvor djeluje autentično.

Tokom izvještavanja o udarnim vijestima, fotografije određenih ljudi koje vam trebaju da ilustrirate priču neće biti dostupne (posebno ako se radi o običnim građanima). Provjerite da li fotografija osobe koju imate zaista prikazuje tu osobu a ne nekoga istog imena.

Iz mog iskustva, stranica Pipl.com je posebno korisna u ovakvim slučajevima budući da izlistava imena, korisnička imena, e-mail adrese i telefonske brojeve pored online profila ljudi. Za međunarodne pretrage, WebMii je također od pomoći. LinkedIn se pokazao kao dobar način verifikacije identiteta ljudi i često daje dodatne informacije na osnovu kojih možete stupiti u kontakt s nekim (putem kompanija/organizacija za koje su radili ili trenutno rade).

2. Potvrditi lokaciju, datum i približno vrijeme kada je fotografija snimljena

Postoji nekoliko korisnih novinarskih i tehničkih načina određivanja datuma, lokacije i drugih važnih detalja. Jedan je od osnovnih načina prikupljanja ove vrste informacija razgovor sa osobom koja je fotografiju kreirala/postavila na internet. Ovih pet pitanja izdržalo je test vremena:

- Ko su?
- Gdje su?
- Kada su tu stigli?
- Šta vide (i šta njihova fotografija prikazuje)?
- Zašto su tu?

Važan aspekt na koji treba obratiti pažnju: ako fotografija dolazi sa opasne lokacije, uvijek provjerite da li je osoba s kojom razgovarate na sigurnom i da li može razgovarati s vama. Također imajte na umu potencijalne probleme koji bi mogli nastati identificiranjem izvora objavljivanjem detalja o njemu ili o njegovim fotografijama.

Naše iskustvo na BBC-ju je da ljudi koji su stvarno bili na licu mjesta daju vizuelne odgovore, često opisujući detalje u sadašnjem vremenu ("Stojim nasred X ulice; vidim i čujem Y.") Što je odgovor neodređeniji, to oprezniji trebate biti sa onim što vam izvor govori.

Još jedna korisna tehnika je da osobu pitate da vam pošalje još fotografija snimljenih u isto vrijeme. Rijetkost je da neko snimi samo jednu fotografiju zanimljive situacije. Kada imate više od jedne fotografije, bit će vam lakše da odredite kako su se događaji razvijali.

Kada od izvora dobijete informacije o tome kako je fotografija snimljena, radite na tome da te informacije potkrijepite. Postoje dvije primarne metode koje se koriste za istraživanje sadržaja same fotografije i uporedite taj sadržaj sa onim što vam je rekao izvor.

Prvo, provjerite da li fotografija ima metapodatke (engl. Metadata). Metapodaci, koji se nazivaju još i "EXIF" podaci, kada se radi o digitalnim fotografijama, odnose se na podatke pridružene samoj fotografiji. Ukoliko je fotografija originalna, postoje dobre šanse da ćete moći vidjeti informacije o tipu i modelu kamere kojom je snimljena, vremenu kada je

snimljena (ovdje budite oprezni – ako fotografija i ima vremenski “pečat”, vrijeme je možda još uvijek automatski namješteno na originalne postavke proizvođača ili drugu vremensku zonu) i dimenzije originalne fotografije, između ostalog. Možete koristiti softver poput Photoshopa (pogledajte informacije u fajlu) ili potražiti besplatne online alate poput Fotoforensics.com ili Findexif.com, koji će vam dati EXIF izvještaj o fotografiji.

Ubacite fotografiju i EXIF čitač će vam dati sve informacije koje su u njoj sadržane. Neke od ovih informacija bit će korisne onima koji znaju nešto više o tehničkoj strani digitalne fotografije. Ali za prosječnu osobu, podaci o tome kada je fotografija snimljena ili tip kamere koji je korišten nekada su dovoljni da prokažu izvor koji laže.

Jedna napomena: Većina društvenih mreža na kojima se postavljaju fotografije, poput Twittera, Facebooka i Instagrama, uklanjaju većinu, ako ne i sve, metapodatke prilikom uploada fotografija. (Flickr je ovdje izuzetak.)

Drugo, uporedite fotografije sa drugim izvorima. Probudite svog unutrašnjeg detektiva pažljivim pregledom fotografije. Često ćete pronaći tragove koji vas mogu dovesti do verifikacije lokacije ili vremena snimanja, npr.:

- Registarske oznake vozila
- Vremenske prilike
- Značajne građevine
- Tip odjeće
- Znakovi/natpisi
- Vide li se prodavnice ili zgrade koje možete identificirati?
- Koji tip terena/okoliša je prikazan na fotografiji?

3. Potvrditi da fotografija prikazuje ono što oznaka tvrdi/sugerira da prikazuje

Fotografija može biti autentična ali pogrešno označena. Naprimjer, tokom uragana Sandy, na Twitteru se proširila fotografija koja je opisana kao prizor tri vojnika koji čuvaju Spomenik neznanom junaku tokom oluje:

Fotografija je bila istinita utoliko što je zaista prikazivala vojnike ispred spomenika. [Ali snimljena je mjesec dana ranije, ne tokom uragana Sandy.](#) Fotografija je prvobitno postavljena na Facebook stranicu vojne jedinice First Army Division East.

Pored verifikacije datuma, vremena i približne lokacije fotografije, važno je ustanoviti i da li ona prikazuje ono što se

tvrdi da prikazuje. Autentična fotografija može biti stavljena u lažni kontekst.

Koristite [Google Maps](#), [Bing Maps](#) ili [Wikimapia](#) servis da odredite lokaciju. Fotografije koje šalju korisnici sve češće se taguju na ovim servisima i oni mogu dati korisne informacije i drugačije uglove lokacije koju istražujete. (Za više detalja o korištenju ovih servisa za mapiranje, pogledajte poglavlje 5.)

Stranice za vremensku prognozu mogu vam dati tačne izvještaje o vremenskim prilikama na različitim lokacijama na određeni datum – koristite ih da potvrdite da im vremenske prilike na fotografiji odgovaraju. Kao što je to spomenuto u prethodnom poglavlju, [Wolfram Alpha](#) je dobar izvor za pretraživanje vremenskih informacija u određeno vrijeme i na određenom mjestu.

Ako je na fotografiji prikazan znak ili natpis na drugom jeziku, možete koristiti [Google Translate](#) da vidite da li će vam ovo dati dodatne informacije o lokaciji. Alat za optičko čitanje znakova [free-ocr.com](#) može vam pomoći da iz fotografije preuzmete tekst – koji onda možete provući kroz online alat za prevođenje.

Servisi za geolociranje sadržaja sa društvenih mreža, poput [Geofeedia](#) i [Ban.jo](#) također mogu biti od pomoći u određivanju lokacije s koje je fotografija postavljena. Ovi servisi koriste GPS podatke mobilnog uređaja s kojeg je fotografija postavljena na internet. Iako trenutno “hvataju” samo mali dio sadržaja koji se na društvene mreže postavlja s određene lokacije, koristan su filter za početak istrage. Fotografija ispod primjer je nekih od fotografija koje je Geofeedia uhvatila neposredno nakon bombaških napada na bostonski maraton:

Boston Explosion 15th April 2013

by trushar barot, Mon 4/15

Options ▾

Collage

Map



by altemomas
Apr 15 11:34 PM
no words can express the emotions today as i waited and hugged crying men and women who were stopped from finishing the marathon. All waiting to hear from loved one or some kind of answers. #prayforboston



by hellocourtney84
Apr 15 10:46 PM
Stay safe, Boston



by e_annie_o
Apr 15 10:07 PM
Never been more proud of our men in uniform. We are safe and were asked to stay put in the prudential until further instruction. Thanks for your prayers #prayforboston #boston #igersboston #boylstonstreet #proud #igersusa #igersnewengland #usa #america



by legestrom
Apr 15 9:41 PM
Congrats to all the runners, happy marathon Monday!



by #agoodtohelp
Apr 15 8:53 PM
#boston #bomb #marathon

@J_Britto15
ambulances and firebricks everywhere. It happened at the finish line

by Kinard_Dozier
Apr 15 8:10 PM



by masomas86
Apr 15 8:40 PM

Pored ovih alata i tehnika, korisno je provjeriti i da li druge medijske organizacije i agencije distribuiraju slične fotografije. Da li drugi postavljaju fotografije sa iste lokacije na društvene mreže?

Ako fotografije prikazuju sličnu scenu iz drugačijeg ugla, to će također pomoći u njihovoj verifikaciji.

I na kraju, ako se radi o velikoj priči, ukoliko imate zaista snažnu fotografiju,

vrijedi provjeriti da li se ona pojavljuje na [Snopes](#), stranici specijaliziranoj za opovrgavanje urbanih legendi i netačnih informacija koje kruže internetom.

4. Dobiti dozvolu autora/izvora za korištenje fotografije

Uvijek je najbolje tražiti dozvolu osobe koja ima autorska prava na fotografiju. Zakoni o autorskim pravima u mnogim zemljama jasno određuju da vlasnik fotografije može tražiti nadoknadu ukoliko dozvola nije tražena ili odobrena.

Odredbe i uvjeti korištenja sadržaja koji je postavljen na društvene mreže variraju od servisa do servisa. Neki, poput Flickr, pored fotografije jasno navode da li fotograf zadržava sva prava ili dozvoljava upotrebu pod Creative Commons licencom. (Dobra je ideja informirati se o [Creative Commons licencama](#), da znate kako se razlikuju.)

Kada tražite dozvolu, važno je imati na umu nekoliko detalja:

- Jasno recite koju fotografiju ili fotografije želite koristiti.
- Objasnite kako će fotografija/e biti korištene.
- Pitajte kako fotograf želi biti predstavljen (ime, korisničko ime itd., imajte na umu da će fotografi u nekim slučajevima željeti ostati anonimni).

I najvažnije, zapamtite: Ako ste prošli sve gore navedene korake i procese i i dalje sumnjate – nemojte koristiti fotografiju!

Studija slučaja 4.1: Verifikacija bizarne lopte za plažu tokom oluje



Philippa Law i **Caroline Bannock** predvode GuardianWitness, Guardianovu platformu za otvoreno novinarstvo, gdje čitatelji dijele svoje videoe, fotografije i priče. Bannock je ranije radila kao viši producent vijesti a bila je i urednik za vijesti iz inostranstva za Channel 4 News. Tvita pod imenom [@carlanine](#). Law je bila radioproducent na BBC-ju i ima doktorat iz uloge publike u medijima manjinskih grupa. Tvita pod imenom [@philonski](#).



Olujni vjetrovi i kiše uzrokovali su poplave i nestanak struje na jugu Velike Britanije u oktobru 2013. godine. Ovaj događaj utjecao je na mnoge ljude, tako da je Guardian na svojoj platformi za korisnički sadržaj GuardianWitness, u cilju obogaćivanja i proširenja izvještavanja, od čitatelja tražio fotografije, videosnimke i priče o efektima oluje.

Među priložima čitatelja koji su nam stigli, bila je i [bizarna fotografija](#) nečega što je izgledalo kao džinovska lopta za plažu, dvostruko viša od autobusa na sprat, kako leti kružnim tokom na Old Streetu u Londonu. Ovo je bila jedna od onih fotografija koje odmah izazivaju pitanje: "Da li je ovo previše dobro da bi bilo istinito?". Bili smo veoma svjesni da bi u pitanju mogla biti podvala.



Verifikaciju smo započeli time što smo fotografiju provukli kroz Googleovu obrnutu pretragu fotografija i TinEye, s namjerom da provjerimo da li je fotografija posuđena s nekog web sajta. Naime, korisnici često pokušavaju da nam događaje prikažu fotografijama koje su već objavljene na drugim web stranicama ili Twitteru i Facebooku, tako da je obrnuta pretraga

fotografija uvijek prvi korak.

U slučaju zalutale lopte, Google nam nije dao nijedan rezultat – što je moglo značiti da je fotografija ili originalna ili veoma nova i niko je – još uvijek – nije objavio. Dobar sadržaj se veoma brzo objavi!

Najvažniji alat za verifikaciju koji imamo je direktan razgovor sa korisnicima. Svako ko pošalje sadržaj putem platforme GuardianWitness mora ostaviti svoju e-mail adresu, iako nema garancije da je adresa tačna. Dakle, poslali smo e-mail osobi koja nam je poslala fotografiju. U međuvremenu, nastavili smo sa procesom verifikacije.

Obično bismo pokušali verificirati lokaciju fotografije sa prizorima na Google Street View servisu, ali naš je tim dobro poznao područje Old Streeta – prepoznali smo pogled i svi smo bili prilično sigurni da je fotografija tamo snimljena. Iako smo poznavali taj dio grada, niko od nas nije se sjećao da smo tamo vidjeli gigantsku loptu za plažu, pa smo na internetu dalje tražili dokaze o njenom ranijem postojanju. Našli smo da je prije bila zakačena za vrh jedne od obližnjih zgrada, što je značilo da fotografija sve manje izgleda kao lažna.

Provjerili smo spominjanja lopte za plažu na Twitteru i potvrdili da je u isto vrijeme kada je naš izvor tvrdio da je snimio fotografiju bilo i drugih koji su loptu vidjeli. Pretraga na Twitteru rezultirala je i još jednom, kasnijom, fotografijom, koju je snimio drugi korisnik nakon što se lopta ispuhala.

Konačno, javio se i korisnik koji nam je poslao fotografiju i, tokom telefonskog razgovora, uspjeli smo utvrditi da je on sam snimio prizor.

Nakon što smo poduzeli sve ove korake u cilju verifikacije fotografije, bilo nam je drago da se priča pokazala istinitom. Neodoljiva fotografija pobjegle lopte za plažu na pljusku objavljena je na Guardianovom live blogu i masovno podijeljena na društvenim medijima.

Studija slučaja 4.2: Verifikacija dvije sumnjive “ulične ajkule” tokom uragana Sandy



Tom Phillips je novinar [BuzzFeed UK](#). Ranije je radio za britanske novine [Metro](#), bio međunarodni urednik za [MSN](#) i učestvovao u pokretanju [UsVsTh3m](#), eksperimentalnog start upa sa fokusom na društvena pitanja za Trinity Mirror. U slobodno vrijeme, između ostalog, vodi blog [Is Twitter Wrong?](#), povremeno uspješni pokušaj real-time provjere viralnih fotografija i tvitova. Tvita pod imenom [@flashboy](#).

Kada je uragan Sandy pogodio New York i New Jersey, vodio sam blog pod imenom “Is Twitter Wrong?”, eksperiment u provjeravanju viralnih fotografija.

Kada je velika prirodna katastrofa pogodila područje gusto naseljeno aktivnim korisnicima društvenih medija i medijskim kompanijama, jedan od rezultata bio je da je trebalo proći kroz ogroman broj fotografija. Odvojiti dobre od loših odjednom je bilo na vrhu uredničke agende.

Jedan posebno popularan par fotografija prikazivao je ajkulu koja pliva poplavljenom ulicom u New Jerseyu. Na verifikaciji ovih fotografija sarađivao sam sa Alexis Madrigal iz lista The Atlantic.

Jedan je od aspekata ovih fotografija, prikazan ispod, da su one bile dovoljno neobične da probude sumnju, ali nedovoljno nevjerovatne da budu odmah odbačene. Na kraju se pokazalo da ih je veoma teško *definitivno* pobiti.



Već postojeće fotografije koje su pogrešno obilježene (možda najčešći oblik “lažnih” fotografija) često se mogu prepoznati za nekoliko sekundi, putem obrnute pretrage fotografija. Fotografije velikih događaja mogu se, barem djelimično, verifikirati pronalaženjem sličnih fotografija iz drugih izvora.

Ali nijedan od ovih metoda nije primjenjiv

u slučaju kada fotografije prikazuju nešto što je uhvaćeno u trenutku i predstavlja ili originalnu fotografiju ili originalnu prevaru. (Moje je iskustvo da verifikacija fotografija koje ne

mogu biti potvrđene/odbačene u nekoliko minuta (traje mnogo duže.)

Na kraju, nekada jednostavno nema zamjene za dugotrajni trud na verifikaciji fotografije: praćenje njenog širenja putem društvenih medija dok se ne dođe do originala; hodanje ulicama servisa Google Street View dok se ne odredi približna lokacija; skrolanje kroz

rezultate Googleove pretrage fotografija po određenoj ključnoj riječi, u potrazi za potencijalnim izvorom.

U ovom slučaju, Google pretraga fotografija se isplatila – uspjeli smo pronaći istu fotografiju ajkulinog peraja koja je korištena za fotošopiranje jedne od fotografija.

Ali čak i tada, nismo mogli odrediti da li je druga fotografija definitivno lažna jer se na njoj nalazila drugačija ajkula.

Naši pokušaji da pronađemo izvor obje fotografije nailazili su uvijek na istu prepreku: ljudi su neodređeno govorili da je "sa Facebooka". Na kraju smo uspjeli pronaći osobu koja je fotografije prva postavila na Facebook i to putem

[tvita koji nas je uputio](#) na novinski web sajt koji je navodio izvor fotografije. (I vijest i Facebook post su od tada izbrisani.) Ali čak ni ovo nam nije sasvim pomoglo budući da su druge fotografije na ovom profilu prikazivale stvarne poplave na istoj lokaciji u New Jerseyu. Vlasnik profila je na upite prijatelja odgovarao da su fotografije prave. (Kada pogledamo unazad, čini se da mu je namjera bila prije da prevari svoje prijatelje nego cijeli internet.)

Činjenica da je za jednu potvrđeno lažnu fotografiju tvrdio da je prava bila je dovoljna da i drugu fotografiju smjestimo u "skoro sigurno lažnu" kategoriju. Ali i dalje u to nismo bili sigurni. Tek sutradan, kada je sajt za provjeru glasina [Snopes identificirao izvornu fotografiju](#), bili smo 100% sigurni. Ovo je fotografija ajkule koja je korištena u kreiranju lažne fotografije:

[Photo: Scott the Hobo](#)

Ovo je možda glavna lekcija koju smo naučili tokom uragana Sandy: u situacijama kada se stvari vrlo brzo odvijaju, verifikacija se svodi manje na potpunu sigurnost, a više na procjenu nivoa prihvatljive pouzdanosti.

Otvoreno govorite o svojim nesigurnostima, pokažite ono što ste uradili i jasno

objasnite čitateljima mogućnost greške.

Poglavlje 5: Verifikacija videa



Malachy Browne je urednik vijesti za [Storyful](#), prvu novinsku agenciju za društvene medije. Sa sjedištem u Dublinu i zaposlenima u Aziji i SAD-u, Storyful svojim klijentima pomaže u pronalaženju, verifikaciji i distribuciji najvrednijih primjera korisničkog sadržaja na društvenim platformama. Prije Storyfula, Browne je kreirao i uređivao [Politico.ie](#), irski politički web-sajt i arhivu vijesti. Radio je za irski politički magazin Village od 2006. do 2008. i uređivao njihov web-sajt Village.ie. Po zanimanju kompjuterski programer, Browne čvrsto vjeruje u inovacije u redakcijama i potencijal tehnologije u jačanju novinarstva. Rođen je u Broadfordu, u okrugu Limerick, a živi u Dublinu. Tvita pod imenom [[@malachybrowne](https://twitter.com/malachybrowne)](<https://twitter.com/malachybrowne>).

Konvergenција dostupnosti smart telefona i kamera, sveprisutnog pristupa internetu i društvenih medija uveliko je odgovorna za eksploziju građanskog novinarstva. Jedan od rezultata ovoga je da se svake minute, svakog sata podijeli ogromna količina videosadržaja.

Revolucija informacijskih tehnologija nije završena i količina korisničkog sadržaja koji bi se mogao iskoristiti u vijestima samo će rasti. Novinari imaju novu odgovornost – brzo prikupiti, verificirati i osigurati prava za korištenje sadržaja koji proizvode korisnici. Tradicionalni principi istrage i dalje važe, ali je za sadržaje poput videa potreban i novi skup vještina.

Verifikacija videa koji dolazi iz nepoznatog izvora na društvenim medijima može se na prvi pogled učiniti zastrašujućim. Ali ne radi se o nuklearnoj fizici.

Evo šta vam treba da obavite posao: odlučnost da ispitajte pozadinsku priču sadržaja, zdrava doza skepticizma i upoznatost sa velikim izborom besplatnih alata koji vam mogu pomoći da odredite neke činjenice vezane uz video. Ovo će vam poglavlje pružiti informacije o svemu ovome.

Prvo što morate razumjeti o verifikaciji videa koji dolaze od korisnika je da se ovi sadržaji društvenim mrežama šire na takav način da verzija koja dođe do vas vjerovatno nije izvorna. Video se može rezati, miksati i ponovo postavljati u različitom kontekstu. Važni tragovi iz originalnog videa mogu nestati, te je vaš posao da pronađete činjenice koje podržavaju ili pobijaju ono što video tvrdi da prikazuje.

Kao i sa bilo kojom drugom pričom, počnite osnovnim pitanjima: ko, šta, kada, gdje i zašto. U ovom kontekstu, metapodaci asocirani sa videom mogu pomoći u pronalaženju odgovora na neka od ovih pitanja, dajući detalje o izvoru, datumu i lokaciji.

Treba, ipak, imati na umu jedno pravilo: jedna je informacija nedovoljna da bi se video verificirao – obično je potrebno prikupiti niz dokaza da bi se dobila kompletna slika. Pripremite se na udar adrenalina kada se svi dijelovi slagalice konačno poklope.

Ovo je korak-po-korak vodič kroz verifikaciju videa sa društvenih mreža.

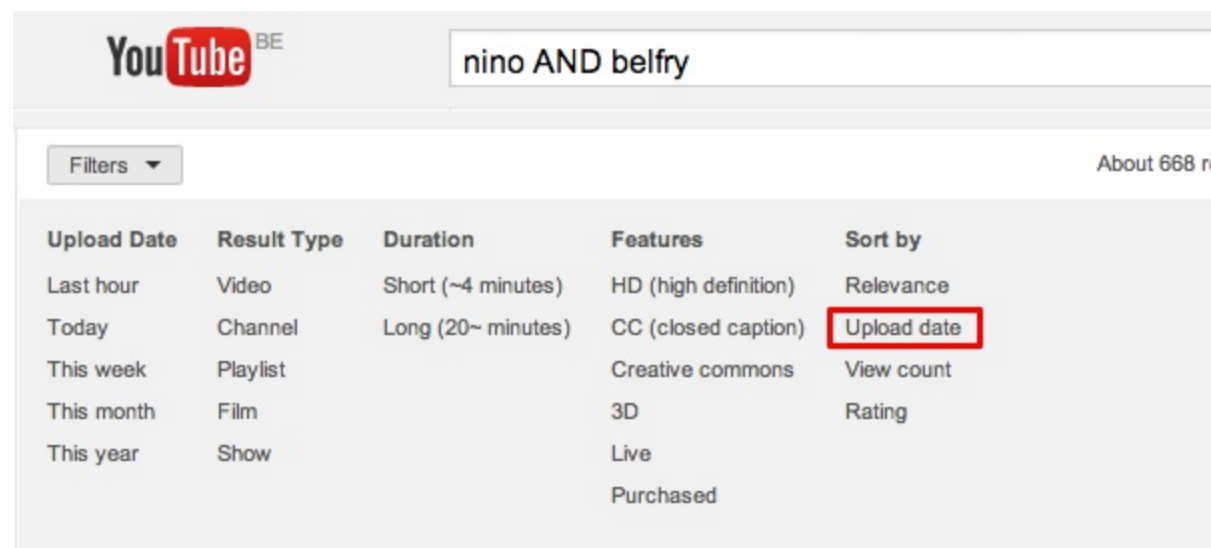
Porijeklo

Određivanje porijekla videa prvi je korak. Nekada je očigledno da video pripada Facebook ili

YouTube nalogu na kojem ste ga pronašli. Ali, kao što je to detaljno objašnjeno u poglavlju 3, uvijek treba krenuti od pretpostavke da je video preuzet sa drugog naloga ili dupliciran.

Većina videoklipova ima opis, tagove, komentare ili neki drugi komad teksta koji ga identificira. Iz ove informacije izuzmite korisne ključne riječi i počnite pretragu. Skraćenice, imena mjesta i druge imenice su dobre ključne riječi. Ako je opis na stranom jeziku, kopirajte ga u Google Translate i u njemu pronađite ključne riječi.

Koristeći ove ključne riječi i filter koji rezultate izlistava po datumu, pronađite najraniju verziju videa. Na YouTubeu, direktno ispod polja za pretragu, izaberite meni za filtere i potom "datum *uploada*", kao što je to prikazano na slici ispod. Vimeo, YouKu i druge platforme za videosadržaje imaju slične filtere. Prođite kroz rezultate i uporedite sličice koje se prikazuju pored rezultata da biste pronašli najraniju verziju klipa (*thumbnail* originala i njegove kopije obično se podudaraju).



The screenshot shows the YouTube search interface. The search bar contains "nino AND belfry". Below the search bar, there is a "Filters" dropdown menu that is expanded to show various filter options. The "Upload Date" filter is selected, and the "Upload date" option is highlighted with a red box. Other filter options include "Last hour", "Today", "This week", "This month", "This year", "Result Type", "Duration", "Features", and "Sort by".

Upload Date	Result Type	Duration	Features	Sort by
Last hour	Video	Short (~4 minutes)	HD (high definition)	Relevance
Today	Channel	Long (20~ minutes)	CC (closed caption)	Upload date
This week	Playlist		Creative commons	View count
This month	Film		3D	Rating
This year	Show		Live	
			Purchased	



Actual collapse of church belfry

by **ABSCBN News** • 3 months ago • 759,880 views

Watch the **belfry** of the Sto. Nino Church in Cebu City collapse when the magnitude 7.2 earthquake struck on Tuesday. Shot by ...

HD



Actual collapse of church belfry

by **NewsUpdateNow** • 3 months ago • 401 views

Drugi metod pronalaženja najranije verzije videa je da njegov thumbnail provučete kroz Googleovu obrnutu pretragu fotografija ili TinEye (kao što je to objašnjeno u prethodnom poglavlju). Na ovaj način možete pronaći gdje se fotografija prvi put pojavljuje. Korisnost ovih alata zavisi od kvaliteta fotografije; ukoliko video ima jak kontrast i upadljivu shemu boja, tim

bolje.

Kada pronađete izvor videa, kontaktirajte ga da biste prešli na sljedeći korak.

Verifikacija izvora

Vrijeme je da izvor ispitajte na isti način kao što biste ispitali izvor tradicionalnijeg tipa informacija. Zapravo, o *online* izvoru obično je dostupno mnogo više informacija nego o klasičnom izvoru koji zove liniju za informacije, naprimjer.

Internet profili ostavljaju digitalni otisak, koji omogućava da se ispita historija i aktivnost korisnika. Većina platformi dozvoljava nam da kontaktiramo ljude koji su postavili određeni

sadržaj na internet, što je osnovni korak. Naš je cilj da stupimo u kontakt sa ovom osobom, postavimo joj pitanja i dokažemo da je osoba koja je postavila sadržaj i autor videa.

Ovo su korisna pitanja kada istražujemo korisnikov digitalni trag:

- Da li poznajemo korisnikov profil? Da li je ova osoba u prošlosti bila pouzdan izvor?
- Gdje je profil registriran?
- Gdje korisnik živi, sudeći po historiji profila?
- Da li su opisi videa konzistentni i većinom sa određene lokacije? Da li su označeni datumima?
- Ukoliko su videoklipovi na ovom profilu označeni logom, da li je logo isti na svim videoklipovima? Da li se logo podudara sa avатарom na YouTube ili Vimeo profilu?
- Da li korisnik preuzima videoklipoVe od medijskih organizacija i drugih YouTube naloga ili postavlja samo svoj vlastiti sadržaj?
- Da li korisnik piše na kolokvijalnom jeziku ili dijalektu koji je prepoznatljiv u naraciji videoklipa?
- Da li su videoklipovi na ovom profilu konzistentnoga kvaliteta? (Na YouTubeu, idite na "Settings" i izaberite opciju "Quality" da vidite koji je najviši dostupni kvalitet.)
- Da li se u nazivu videa nalaze ekstenzije za videosadržaje poput .AVI ili .MP4? Ovo može ukazivati na to da je video postavljen direktno sa uređaja.
- Da li opis videa uključuje rečenicu: "Uploaded via YouTube Capture"? Ovo može ukazivati na to da je video snimljen mobilnim uređajem.

Prikupljanje odgovora na ova pitanja pomaže vam da stvorite predstavu o izvoru, njegovoj online historiji i sadržaju kakav dijeli. Nakon toga, važno je povezati aktivnost profila sa ostalim online profilima izvora. Ovo su neka od pitanja/smjernica za taj proces:

- Pretražite Twitter ili Facebook koristeći jedinstveni videokod – da li postoje povezani profili? (Svaki korisnički sadržaj ima jedinstveni kod u URL-u. Na YouTubeu i Facebooku, naprimjer, ovaj kod se nalazi između "v=" i "&" u adresi sadržaja.)
- Da li su na videoprofilu navedeni linkovi na druge, povezane profile – Google Plus, blog ili web stranicu?
- Koje vam informacije povezani profili daju o lokaciji, aktivnosti, pouzdanosti, pristrasnosti ili namjeri korisnika?
- Koliko dugo su ovi profli aktivni? Koliko su aktivni?
- S kim su profili na društvenim mrežama povezani i šta nam to govori o korisniku?
- Možemo li na servisu whois pronaći informacije o korisnikovoj web stranici?
- Da li se ova osoba nalazi u lokalnom telefonskom imeniku, na Spokeo, Pipl.com, WebMii ili LinkedInu?
- Da li korisnikovi društveni krugovi na mrežama sugeriraju blizinu priči/lokaciji?

Postavljanje ovih pitanja i prikupljanje odgovora na njih daje nam sliku o generalnoj pouzdanosti izvora sadržaja. I, što je također važno, daje nam način da korisnika kontaktiramo i postavimo mu dodatna pitanja te provjerimo kako bi medijske organizacije

mogle iskoristiti videosadržaj.

Kada razgovaramo sa izvorom, ne zaboravite da postavite pitanja o nekim od informacija koje ste pronašli. Da li se odgovori poklapaju? Ako izvor nije iskren kada govori o ovim informacijama, onda morate biti posebno sumnjičavi u pogledu njihovog sadržaja.

Locirajte video

Sada kada ste identificirali i ispitali izvor, vrijeme je da verificirate sadržaj samog videa. Ovo počinje potvrđivanjem ili utvrđivanjem lokacije na kojoj je snimljen.

Verifikacija lokacije uveliko zavisi od tragova koje vidimo u videu. Prepoznatljiva ulica, zgrada, crkva, drvored, planina, minaret ili most su sve dobre referentne tačke koje se mogu uporediti sa satelitskim snimcima i geolociranim fotografijama. Ukoliko kamera prelazi preko naziva neke firme, ona je možda navedena u online ili lokalnom imeniku. Tabla sa nazivom ulice također može dati ideju o preciznoj lokaciji. Regstarske tablice vozila ili reklamni panoi mogu ukazati na lokalni kontekst. Sunčeva svjetlost, sjene i približno doba dana također mogu biti od pomoći. Ako video sadrži dijalog, da li akcenti i dijalekti koji se koriste u njemu odgovaraju situaciji koju tvrde da predstavljaju?

Početa je tačka ispitivanja bilo kakvog teksta koji prati video i tragova koje video sadrži. Na Google Maps servisu zumirajte navedenu lokaciju videa i pokušajte je mapirati. Ako je moguće, zumirajte na nivo ulice (Street View) da pogodite ugao snimanja. Ukoliko opcija Street View nije moguća, uključite opciju "Photos" u Google Maps i provjerite da li ima geolociranih fotografija koje odgovaraju lokaciji prikazanoj na videu. Geolocirane fotografije možete pretraživati i putem opcija napredne pretrage na Flickrus, Picasa i Twitteru.

Ukoliko je video na stranom jeziku, tekst ubacite u Google Translate i identificirajte ime mjesta. Imajte na umu da Google Translate često daje pogrešan prijevod: naprimjer, arapski naziv mjesta Lattakia u Siriji na engleski je pogrešno preveden kao "protoplazma", mjesto Daraa se prevodi kao "štit" itd. Zapamtite i da engleske verzije arapskih riječi često zvuče drugačije: npr. Jidda ili Jiddah. Unošenjem arapskog naziva mjesta u Google Maps, pronaći ćete grad. Slika ispod prikazuje rezultate pretrage u Google Translate i Google Maps servisima.

From: Arabic To: English Translate

Detect language

دمشق برزة لحظة تساقط القذائف على منازل المدنيين في الحي 25 9 2013 ج 2

Damascus Barzeh moment of shells falling 2013 c 2

Click to edit and see alternate translations

Kada prevodite, koristite znanje jezika svojih kolega i kontakata. Prevođenje japanskih slova na korejski ili kineski daje tačnije rezultate nego kada prevodite japanski na engleski, pa ako

Get directions

My places



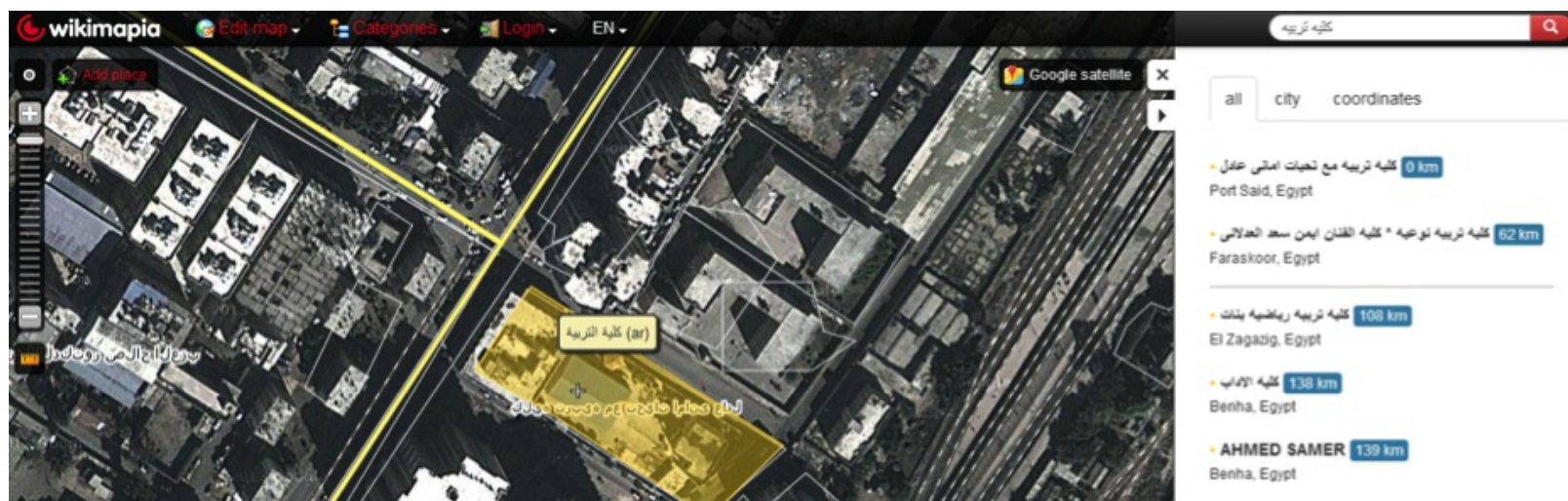
Barzeh
Damascus, Syria

Directions Search nearby Save to map more ▾

imate u svojoj blizini nekoga ko govori korejski ili kineski ili ako možete brzo pronaći takvu osobu, zamolite ih da za vas ispituju prijevod.

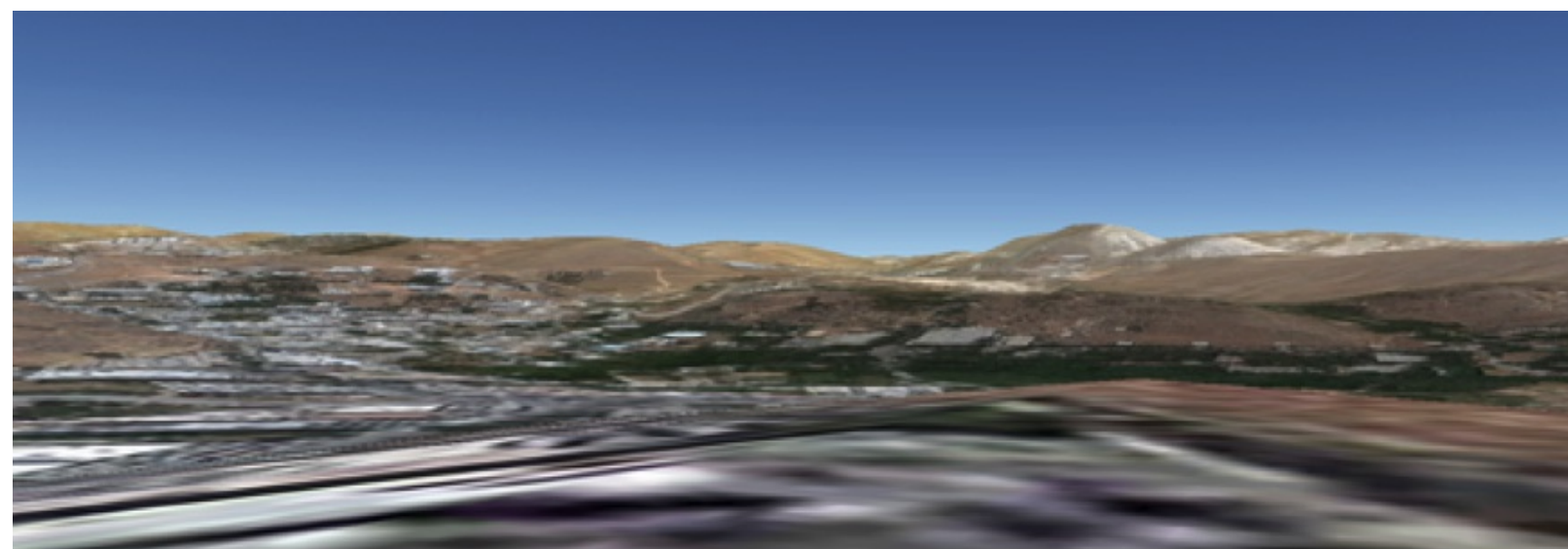
Wikimapia je *crowdsource* verzija Google Maps u kojoj su prikazane i opisane zgrade, predgrađa, vojne baze i druge značajne tačke. Ovo je korisno jer vam daje kontekst određenog područja i pomaže u identificiranju lokacija, iako informacije dobijene na ovaj način trebete potkrijepiti drugim izvorima budući da je moguće naići na greške ili namjerno pogrešno unesene informacije.

Jedan primjer korisnosti Wikimapije je Dan građanske neposlušnosti, održan u Port Saidu u Egiptu, u februaru 2013. godine. Prema jednom od korisnika koji je postavio snimak na YouTube, demonstranti su [snimljeni kako marširaju](#) pored Pedagoškog fakulteta Univerziteta Port Said. Ulicu nije bilo lako identificirati na Google Maps zbog velike gužve na ulicama Port Saida, ali Fakultet pedagogije (كلية التربية) je tagovan na servisu Wikimapia – pronalaženje i pregled ove referentne tačke potvrdili su lokaciju demonstracija (kao što je to prikazano na narednoj stranici).



Google Earth je još jedan koristan alat, koji nudi historiju satelitskih snimaka. Ovo je korisno kada istražujete starije videosnimke na mjestima gdje se izgled terena u međuvremenu promijenio, te kada ispitujete teren i relativne dimenzije zgrada. Kada je tim Storyfula nedavno ispitivao videodokaze o izraelskom napadu na Siriju, pogled na planine sjeverno od Damaska, koji su pronašli na Google Earth Terrain alatu, potvrdio je lokaciju osobe koja je

video postavila na YouTube, kao što možete vidjeti na usporedbi ispod.



Verifikacija datuma

Potvrditi datum na videu snimljenom tokom planiranog događaja kao što su demonstracije ili politički reli generalno je jednostavno. Vjerovatno postoje drugi videosnimci i fotografije istog događaja u vijestima, na Twitteru, Facebooku, Instagramu i drugim društvenim mrežama. Pretraživanjem ovih mreža, putem određenih hashtagova i ključnih riječi, obično je dovoljno da se pronađu dokazi za verifikaciju poput prepoznatljivih zgrada, uličnih znakova, reklama i vremenskih uvjeta.

No, u slučajevima opskurnijih videosnimaka, datum je metapodatak koji je najteže verificirati. Videoklipovi postavljeni na YouTube automatski se označavaju vremenom kada upload počne po pacifičkom standardnom vremenu (PST). Ovo je Ministarstvo stranih poslova Rusije [navelo da posumnja](#) u videosnimke koji su prikazivali napade hemijskim oružjem na Ghoutu kod Damaska: videosnimci su bili postavljeni u ranim satima 21. augusta, te ih je YouTube označio kao da su postavljeni 20. augusta. Činjenica da Ministarstvo nije bilo svjesno ove prakse navelo je i njih i druge da tvrde da su snimci namješteni i postavljeni na internet prije navodnog vremena napada.

Meteorološki izvještaji sami su po sebi nedovoljni za potvrdu datuma, ali pomažu. Kao što je to ranije objašnjeno, servis Wolfram Alpha nudi informacije o vremenskim prilikama po mjestu i datumu. Nakon što je Rita Krill objavila [fantastičan video](#) koji je navodno prikazivao udar groma u njenom dvorištu na Floridi, 5. oktobra 2012, pretraga Wolfram Alpha je pokazala da je tog dana na tom području bilo olujno s grmljavinom. Pretraga Twittera je pokazala da je lokalni izvještač od svojih sljedbenika na Twitteru tražio slike olujnih oblaka u mjestu Naples na Floridi. Ispod možete vidjeti sliku rezultata pretrage na Wolfram Alpha i njegov tvit.

The image shows a screenshot of the Wolfram Alpha website. At the top, the Wolfram Alpha logo is displayed with the tagline "computational... knowledge engine". Below the logo is a search bar containing the text "Weather, Naples Florida on October 5". To the right of the search bar are icons for a star and a menu. Below the search bar are several small icons representing different input methods. To the right of these icons are links for "Examples" and "Random". Below the search bar is a section titled "Input interpretation:" which shows a table with two columns: "weather" and "Naples, United States". Below this table is another table with two columns: "weather" and "Friday, October 5, 2012". Below the input interpretation section is a section titled "Recorded weather for Naples, United States:" with two buttons: "Show metric" and "More". Below this section is a table with four rows and two columns. The first row is "time range" with the value "day of Friday, October 5, 2012". The second row is "temperature" with the value "(72 to 89) °F (average: 79 °F)". The third row is "conditions" with the value "rain, thunderstorm, fog, overcast, cloudy, partly cloudy". The fourth row is "relative humidity" with the value "(65 to 100)% (average: 91%)".

WolframAlpha[®] computational... knowledge engine

Enter what you want to calculate or know about:

Weather, Naples Florida on October 5

Examples Random

Input interpretation:

weather	Naples, United States
	Friday, October 5, 2012

Recorded weather for Naples, United States: [Show metric](#) [More](#)

time range	day of Friday, October 5, 2012
temperature	(72 to 89) °F (average: 79 °F)
conditions	rain, thunderstorm, fog, overcast, cloudy, partly cloudy
relative humidity	(65 to 100)% (average: 91%)

Finalna provjera: Šta prikazuje video?

Sada je vrijeme da rezimirate sve što ste saznali i postavite očigledna pitanja: Da li video ima smisla u odnosu na kontekst u kojem je snimljen? Da li nešto u njemu budi vaše novinarske instinkte? Da li nešto izgleda kao da tu ne pripada? Da li tragovi sugeriraju da video nije istinit? Da li se neki od detalja i odgovora koje ste dobili od izvora ne poklapaju? Zapamtite, vaša je pretpostavka da je video lažan. Da li dokazi potvrđuju ili pobijaju tu pretpostavku?

Kada se radi o videu, imajte na umu da su se i prije pojavljivale vrlo kompleksne prevare.



John Patrick

@jpweather



Tweet your weather pics #SWFL!
Storm clouds, rainbows, downpours,
etc. let's see what's happening near
you! #FortMyers #CapeCoral #Naples

11:22 PM - 5 Oct 2012

Poznat je slučaj kanadskih studenata koji su [kreirali lažni video koji prikazuje orla kako u parku u Montrealu odnosi bebu](#). Prevara je otkrivena analizom videa po kadrovima, gdje je primijećeno da orlova sjena fali u određenim kadrovima. (Oni tehnički napredniji mogu i sami ovo provjeriti koristeći softver za editovanje videa poput

besplatnog [VLC media player](#), [Avidemux video editor](#) ili licenciranog [Vegas Pro](#), pomoću kojih se video može razdvojiti na kadrove, ukoliko postoje sumnje o njegovoj autentičnosti.)

Studija slučaja 5.1: Verifikacija ključnog snimka bombaškog napada u Bostonu



Malachy Browne je urednik vijesti za [Storyful](#), prvu novinsku agenciju za društvene medije. Sa sjedištem u Dublinu i zaposlenima u Aziji i SAD-u, Storyful svojim klijentima pomaže u pronalaženju, verifikaciji i distribuciji najvrednijih primjera korisničkog sadržaja na društvenim platformama. Prije Storyfula, Browne je kreirao i uređivao [Politico.ie](#), irski politički web-sajt i arhivu vijesti. Radio je za irski politički magazin Village od 2006. do 2008. i uređivao njihov web-sajt Village.ie. Po zanimanju kompjuterski programer, Browne čvrsto vjeruje u inovacije u redakcijama i potencijal tehnologije u jačanju novinarstva. Rođen je u Broadfordu, u okrugu Limerick, a živi u Dublinu. Tvita pod imenom [@malachybrowne](#).



Jedan od [najupečatljivijih videosnimaka](#) tragičnog bombaškog napada na Boston 2013. godine snimila je učesnica maratona koja je već trčala posljednje kilometre. Dok se približavala cilju na ulici Boylston, nekoliko metara ispred nje je eksplodirala druga bomba. Video je bio izuzetno zanimljiv, ali morali smo ga prvo verificirati.

Bostonski novinar Dan Lampariello (ispod), koji se nalazio na jednoj od naših ranije pripremljenih Twitter lista i koga tim Storyfula već poznaje, postavio je fotografiju koja je prikazivala trenutak eksplozije. Lampariellov tvit je imao geoznaku ulice Boylston i ova informacija, koja je dolazila od pouzdanog izvora, pomogla nam je da potvrdimo lokaciju eksplozije. Ona nam je također dala referentnu tačku u odnosu na ono što je prikazano na snimku učesnice maratona.

BOSTON TO A



Boston to a T

@Boston_to_a_T



Following

Second explosion going off @ Copley Square.
[#marathonmonday](#) [@universalhub](#)
pic.twitter.com/rOQ9EnTkx1

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite ⋮ More



Google Street View prikaz ulice Boylston (ispod) potvrdio je Lampariellovu fotografiju i tačku gledišta trkačice koja se približava cilju. Zapravo, kada smo bolje pogledali, neki od trkača iz videa se vide i na fotografiji.



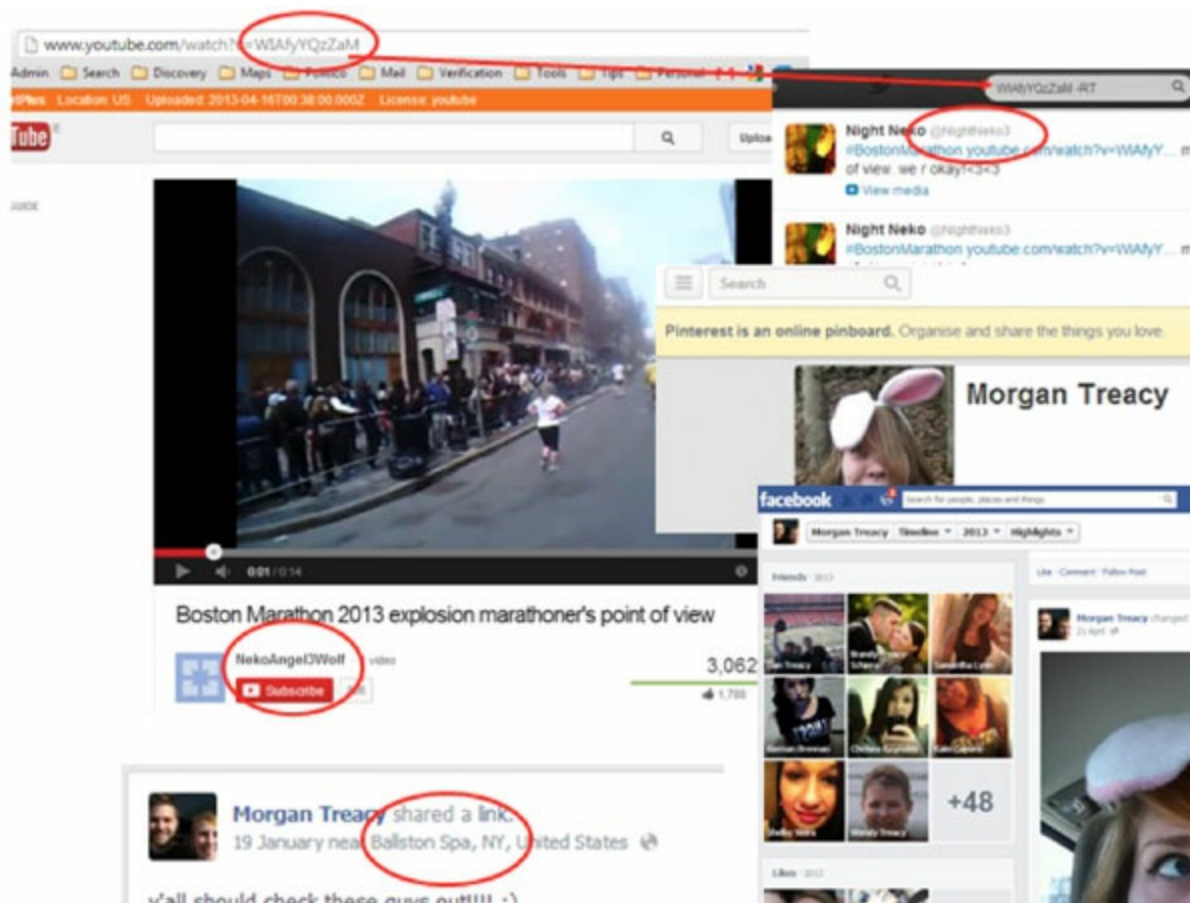
Proces je potvrdio sadržaj videa. No, pronalaženje izvora pokazalo se malo težim.

Video je postavljen na YouTube profil pod opskurnim imenom NekoAngel3Wolf, bez dodatnih detalja. Koristeći jedinstveni kod videa za pretragu na Twitteru, našli smo profil koji ga je također podijelio, korisnika pod imenom NightNeko3, ponovo

bez ličnih detalja. Činjenica da se u oba profila pojavljivala riječ “Neko” sugerirala je da su

ova dva profila povezana.

Tražeci slične profile na društvenim mrežama, našli smo Pinterest nalog korisnika pod imenom NightNeko3, pravog imena Morgan Treacy. Naš Storyful tim brzo je pronašao Facebook profil pod imenom Morgan Treacy, tinejdžerku čiji su postovi označeni lokacijom Ballston Spa u državi New York.



Morgan je video eksplozije na Twitteru opisala kao perspektivu svoje majke. Znajući da bi prestižni maraton poput bostonskog vjerovatno pratio prolazno vrijeme trkača, pretražili smo stranicu sa registriranim učesnicima Bostonske atletske asocijacije po imenu "Treacy". Dobili smo samo jedan rezultat – Jennifer Treacy, godina 45/49, iz države New York.

Vrijeme zabilježeno za Jennifer Treacy pokazuje da je u 14:38 prošla četrdeseti kilometar, ali da nije prošla kroz cilj 2 kilometra nakon toga. Jennifer je trčala brzinom od kilometar i po za 10 minuta, što je u vrijeme eksplozije, u 14:40, dovodi na lice mjesta.



2013 BOSTON MARATHON

John Hancock

Home Entrants **Athlete Tracking** Race Results Race Coverage

person details

participant

Name	Treacy, Jennifer (USA)
age group	Female 45-49
bib number	19367
Age	46
State	NY

totals

place (M/W)	
place (ag)	
place (total)	
time total (net)	
time total (oun)	

splits

Split	time of day	time
5K	11:08:40AM	00:27:52
10K	11:37:43AM	00:56:56
15K	12:05:56PM	01:25:09
20K	12:34:49PM	01:54:02
HALF	12:41:09PM	02:00:22
25K	01:03:56PM	02:23:08
30K	01:34:48PM	02:54:00
35K	02:06:18PM	03:25:31
40K	02:37:55PM	03:57:08
Finish Net	-	-

Spokeo.com, web-sajt za pretragu profila na društvenim mrežama, dao nam je adresu za Jennifer L. Treacy, 47 godina, u Ballston Spa, New York. LinkedIn nam je također dao profil za Jennifer Treacy iz mjesta Ballston Spa, zaposlenu u Ministarstvu zdravlja države New York.

Konačno, posljednji detalj koji je potvrdio našu istragu. Muškarac pod imenom Gerard

Quinn prijatelj je na Facebooku sa Morgan Treacy, za koju smo sada 100% bili sigurni da je Jenniferrina kćerka. Quinnovi komentari se pojavljuju ispod porodičnih videosnimaka koje je postavljala Morgan, što je pokazivalo da između njega i porodice postoji veza. Na Quinnovom Facebook profilu (ispod), vidjeli smo objavu u kojoj kaže da je ponosan što njegova nećaka Jennifer trči na bostonskom maratonu. U post je uključen link na mapu maratona i njeno prolazno vrijeme. Kasnije je na Facebooku komentirao da je Jennifer dobro nakon eksplozije i da je na putu kući.



Gerard Quinn

15 hours ago

So extremely proud of my niece Jennifer, who is running the Boston Marathon today!



2013 BOSTON MARATHON

John Hancock

Live Race Day Coverage

Home Entrants Athlete Tracking Race Results Race Coverage Media B.A.A.

Tracking

event: Runnr

Map 'my favorites'

search: [input] [button: center map] [button: auto zoom]



My Runners

search: [input]

TREACY, JENNIFER (USA)	
Position	31.73 km
Diff Position	+0.00 km
Diff Time	+00:00:00

U javnom telefonskom imeniku pronašli smo broj telefona koji nam je omogućio da direktno razgovaramo sa Jennifer Treacy. Potvrdila je da je video njen i da ga medijske organizacije mogu koristiti. Rekla nam je da je o videu obavijestila i policiju.

Dakle, sve informacije koje su potvrđivale istinitost videa mogle su se pronaći online, putem besplatnih alata –

informacije o lokaciji, opisi događaja drugih ljudi, digitalna historija korisnika i njeni kontakt-podaci. Poznavanje alata omogućilo nam je da u roku od desetak minuta verificiramo ovaj video.

Studija slučaja 5.2: Istraživanje izvještaja o navodnom masakru u Obali Slonovače



Malachy Browne je urednik vijesti za [Storyful](#), prvu novinsku agenciju za društvene medije. Sa sjedištem u Dublinu i zaposlenima u Aziji i SAD-u, Storyful svojim klijentima pomaže u pronalaženju, verifikaciji i distribuciji najvrednijih primjera korisničkog sadržaja na društvenim platformama. Prije Storyfula, Browne je kreirao i uređivao [Politico.ie](#), irski politički web-sajt i arhivu vijesti. Radio je za irski politički magazin Village od 2006. do 2008. i uređivao njihov web-sajt Village.ie. Po zanimanju kompjuterski programer, Browne čvrsto vjeruje u inovacije u redakcijama i potencijal tehnologije u jačanju novinarstva. Rođen je u Broadfordu, u okrugu Limerick, a živi u Dublinu. Tvita pod imenom [@malachybrowne](#).

U martu 2011. godine, [na YouTubeu se pojavio uznemiravajući video koji je navodno prikazivao ubistvo šest žena](#) počinjeno od strane Snaga sigurnosti Obale Slonovače (FDS) tokom protesta u gradu Abobo. Demonstracije su se dogodile u periodu nemira kada je predsjednik Laurent Gbagbo, nakon poraza na predsjedničkim izborima prethodnog

novembra, odbijao predati vlast.

Na zahtjev klijenta, Storyful je pokrenuo verifikaciju videa dvije godine nakon što su se ovi događaji zbili.

Video je prikazivao veliku grupu žena koje su uzvikivale “ADO” (ime Gbagboovog rivala je Alassane Dramane Ouattara). Na 3 minute i 32 sekunde, pojavljuju se oklopna vozila i ispaljuju se hici visokoga kalibra. Nekoliko je ljudi smrtno ranjeno. U vrijeme objave videa, neki su građani Obale Slonovače tvrdili da su povrede lažirane. Tadašnji ministar odbrane [izrazio je sumnju](#) u autentičnost videa, a Gbagboove pristalice su u YouTube rekonstrukcijama tvrdile da je video “lažan”([ovdje](#) i [ovdje](#)).

Verifikacija videa u situaciji udarnih vijesti u neku je ruku lakša nego ovakva retrospektivna

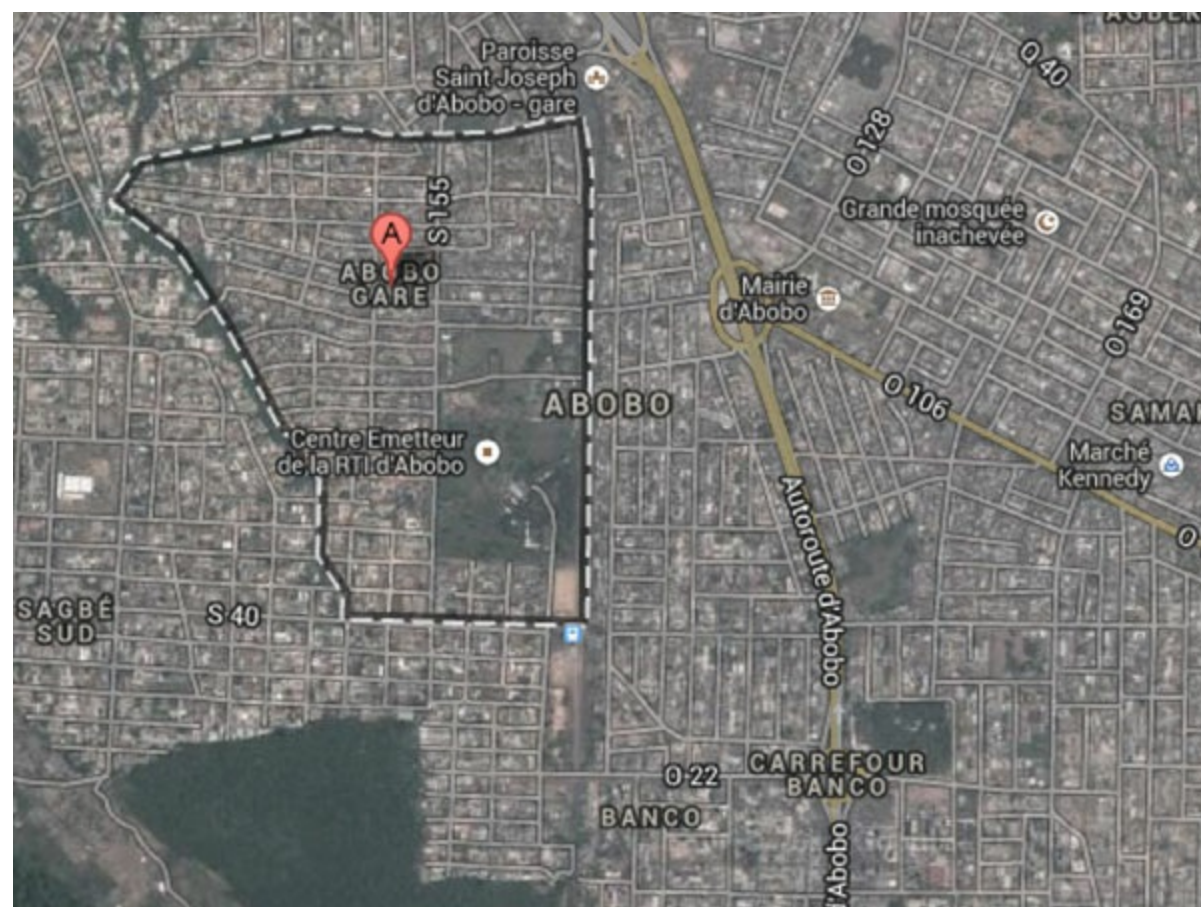
istraga. Informacije koje potvrđuju ili pobijaju video su dostupnije; informacije o starijem događaju često su zakopane duboko u društvenim mrežama. Arhivska pretraga je ili teška ili nemoguća.

Imajući na umu ova ograničenja, evo kako sam radio na verifikaciji ovog videa.

Prikupljanje informacija o događaju

Budući da nisam bio upoznat sa detaljima navodnog masakra, pretražio sam Google za “žene ubijene Gbagbo 3. mart 2011. godine”. Pretraga je rezultirala sa nekoliko izvještaja ([ovdje](#) i [ovdje](#) i [ovdje](#)) koji su opisivali približnu lokaciju i slijed događaja. Pronašao sam i [izjavu](#) koju je o događaju dao tadašnji ministar odbrane zemlje, u kojoj tvrdi da su scene namještene.

Izvještaji su mi, što je važno, dali i nove ključne riječi pomoću kojih sam mogao dodatno suziti istragu. Koristeći ove termine u historijskoj pretrazi Twittera i YouTubea, došao sam do nekoliko izjava svjedoka i korisničkog sadržaja. (Pokušajte se zamisliti na mjestu osobe koja postavlja video i kako biste vi tagovali i opisali taj sadržaj.)



Lokacija

Prema izvještajima, demonstracije i pucnjava dogodili su se na raskrsnici u blizini sjevernog područja Abidjana pod nazivom Abobo. [Jedan od izvještaja](#) je događaj smjestio konkretno na jedan od velikih kružnih tokova na autocesti Autoroute d'Abobo, u blizini dijela poznatog kao Abobo Gare. Svjedok je opisao kako su Snage sigurnosti prošle

raskrsnicu, vratile se i otvorile vatru na žene “prije nego što su nastavili put prema području Adjamé”. Adjamé se nalazi južno od Aboboa, što nam je dalo predstavu o smjeru saobraćaja.

Prema [izvještaju](#) koji je u to vrijeme, 8. marta, objavio Le Patriot, demonstranti su se okupili “na kružnom toku Banco” (prikazano na mapi ispod). Pretragom lokalnog foruma pokazalo se da je ova raskrsnica i [ranije bila mjesto demonstracija](#).

Google Maps prikazuje dva velika kružna toka. Jedan od njih, Carrefour Banco, leži na

južnom dijelu Aboboa, prema Adjaméu. Ova se informacija poklapala sa prethodnim izvještajem, pa sam je uzeo za početnu tačku.



Pozicija ulične rasvjete i saobraćajne signalizacije, raspored palmi i bjelogoričnog drveća prikazanih na videu od četvrte minute pa nadalje poklapaju se sa satelitskim slikama sjeverozapadnog ugla raskrsnice Banco Carrefour, kao što se vidi u bijelim krugovima iznad. Velika zgrada sa dva uočljiva ispupčenja na krovu (zaokruženo crvenim) također se poklapa sa zgradom koja se vidi u daljini dok konvoj vojnih vozila odlazi. Ovo se poklapa sa pravcem

saobraćaja prikazanim na satelitskim slikama iznad, te sa svjedočenjem koje je dao očevidac.

Ali jedan dio videodokaza (iznad) nije se poklapao sa satelitskim slikama. Izbrojali smo tri velika bjelogorična drveta u trenutku kada konvoj ulazi na raskrsnicu, a Google Maps pokazuje samo dva. Video je snimljen 2011, a satelitske slike su bile iz 2013, pa je drvo možda u međuvremenu posječeno. Pretražili smo arhiv satelitskih

slika na Google Earthu i slike iz 2009. pokazuju da su tada na ovom uglu raskrsnice stajala tri velika bjelogorična drveta.

Treće, nedostajuće drvo je označeno na slici iznad. (Slika je okrenuta za 180 stepeni od sjevera prema jugu.) Prema ovom uglu gledanja, možemo vidjeti da se kamera koja je snimila video nalazila tačno s druge strane ceste. Kasnije sam razgovarao sa pouzdanim izvorom koji je vidio video i posjetio Abobo da izvijesti o “masakru” i on mi je potvrdio da je to taj ugao snimanja.

Datum

Datum pucnjave potvrdilo je još nekoliko nezavisnih izvještaja i videa sa društvenih mreža. Njih smo pronašli kroz niz pretraga na Twitteru, Topsy i Topsy Pro (koji omogućava da se odredi vremenski period pretrage) i YouTubeu, gdje smo rezultate poredali po datumu *uploada*.

Ovo su neki od koraka koje sam pratio:

- Koristio sam [Twitterovu pretragu arhiva](#) skrolujući kroz rezultate od 3. marta

2011. nadalje.

- Pregledao sam tvitove i pitanja o događaju i pronašao [ovaj](#) i [ovaj odgovor](#). Ovi su izvori potencijalni svjedoci ili ljudi koji bi mogli identificirati svjedoke. Prvi je izvor svoju lokaciju naveo kao Cocody, Abidjan, a drugi kao Abidjan.
- Pronašao sam i [ovu osobu](#), koja je postavila video iz Aboboa i sa prethodnih RHDP skupova. Provjerom drugih Twitvids snimaka koje je postavio na svoj profil, došao sam do [videa koji je postavljen na dan protesta](#).
- Dalje sam istražio Twitter *timeline* ovog korisnika i pronašao i [druga spominjanja RHDP-a tog dana](#). Ovo me je dovelo do drugih linkova, kao što je [ova vijest o događaju](#). U vijest je bila uključena Reutersova fotografija koja je prikazivala žrtve na način koji se poklapao sa videom.
- [Obrnutom pretragom fotografija](#) ustanovio sam da ova fotografija nije korištena prije 3. marta 2011. godine, ali su rezultati pokazali da je [Guardianov članak](#) fotografiju pripisao agenciji AFP/Getty Images, a ne Reutersu. Ovo znači da je na licu mjesta bio pouzdan fotograf.

Dalje sam istražio fotografiju prikazanu ispod.

Ona se podudara sa prizorom žrtve prikazanim na 5 minuta i 30 sekundi u glavnom videu.





Žrtva je pokrivena odjećom i zelenim lišćem koje koriste mnogi od demonstranata. Pogledajte usku, tamnoplavu majicu koju žrtva nosi i uočljivi odjevni predmet sa četvrtastim uzorkom sa crvenim, narandžastim, bijelim i tamnim linijama, što se vidi na zumiranoj fotografiji ispod.

Platforma France 24 Observateurs također je od izvora u Abidjanu [primila fotografije događaja](#). Mi iz Storyfula potvrdili smo ovo sa France 24.

Druge su pretrage pronašle fotodnevnik koji je [ovdje](#) ovdje objavio novinar AFP-a Issouf Sanogo. Sanogo je intervjuirao ženu po imenu Sirah Drane, koja kaže da je pomogla u organizaciji demonstracija 3. marta. Drane kaže da je držala megafon kako bi se obratila



velikoj masi koja se skupila na raskrsnici u Abobou. Na videu se vidi žena koja odgovara ovom opisu.

Video se može povezati sa druga tri videosnimka događaja. Ove je videosnimke Storyful dokumentirao u vrijeme događaja a mogu se pronaći na YouTubeu korištenjem ranije

navedenih ključnih riječi.

[Prvi video](#) je postavljen na dan pucnjave na YouTube profil korisnika iz Obale Slonovače, koji je kreiran isključivo radi ovog videa. Na profilu nema druge aktivnosti koja bi nam mogla pružiti informacije o izvoru. Video prikazuje iste ranjene žene i istu uočljivu zgradu u pozadini.

[Drugi video](#) na YouTube postavljen ujutro 4. marta, u 09:06:37 po Greenwichu, na drugi nalog registriran na Obali Slonovače. Osoba koja je video postavila opisuje ga kao “nekoliko žena ubijeno” na “RDHP demonstracijama jučer”, što znači 3. marta.

Nijedan od ovih videosnimaka ili fotografija ne pojavljuje se prije 3. marta, što znači da sa visokim stepenom sigurnosti možemo tvrditi da je ovo bio datum događaja.

Originalni izvor videa

Video koji pokušavamo verificirati postavljen je na YouTube 4. marta 2011. godine. To je najranija verzija takvog videa koju možemo pronaći na YouTubeu, ali moguće je da je video zapravo preuzet sa nekog Facebook profila ili druge online lokacije.

YouTube nalog na kojem je postavljen registriran je u SAD-u i povezan sa neaktivnim web-sajtom onemendo.com. Nalog, izgleda, vodi neko ko ima veze sa jamajčanskim emigrantima u New Yorku ili New Jerseyu, budući da se na profilu nalaze i promotivni materijali za lokalni klub DanceHallReggae.com.

Videoklipovi postavljeni u to vrijeme na povezani Vimeo nalog pokazuju da korisnik živi u Rochesteru, u državi New York. Facebook profil povezan sa nalogom također postavlja linkove na muzičke videospotove jamajčanskih DJ-eva. Facebook profil ne daje nam nikakve dodatne informacije o porijeklu videa i nije ga podijelio 3. marta 2011. YouTube nalog sadrži i videoklipove iz jedne senegalske saponice.

Da li je video autentičan?

Dokazi koje smo gore naveli potvrđuju lokaciju i ustanovljavaju 3. mart kao najvjerovatniji datum snimanja. Ali glavno je pitanje: da li video prikazuje ubistvo demonstratorke koje je tog dana izvršio FDS?

Postoje [tvrdnje](#) da su ubistva lažirana i da su tijela postavljena na ulicu nakon što su Snage sigurnosti Obale Slonovače prošle. Ovo su ozbiljna pitanja, koja zahtijevaju istragu.

U [ovoj izjavi](#), Gbagboov ministar odbrane Alain Dogou spominje pojavljivanje amaterskog snimka od 4. marta. On kaže da je ženama rečeno “lezite, lezite” (što se i čuje na videu). Dogou kaže da je “teško reći” da li je video snimljen na lokaciji koju spominju novinari. (Naravno, mi smo potvrdili lokaciju.) On također tvrdi da međunarodni novinari nisu izvještavali sa protesta pošto su bili ili na konferenciji za štampu koju je organizirao UNOSI ili na drugom događaju Vijeća ministara. I naposljetku, priznaje da je taj dan u Abobou održan Ženski marš.

Ovdje se javljaju sljedeća ozbiljna pitanja: * Zašto je kamera skrenula sa povrijeđenih tokom ulaska konvoja na raskrscu? * Da li bi se sve žrtve pucnjave nalazile na nekoliko metara jedne od drugih? * Da li bi sve ležale licem prema dolje kao u videu? * Lica su im brzo

prekrivena odjećom – zašto? * Ženi prekrivenoj krvlju se u videu, kao što je opisao ministar odbrane Dogou, govori “lezi, lezi”. Zašto? Da li iz zabrinutosti za njeno stanje ili da bi se lažno prikazale povrede? * “Masakr” rezultira veoma emotivnim reakcijama u videu – da li je ovo stvarno? Ili: da li su drugi učesnici protesta nasamareni ili saučesnici u kreiranju lažnog “masakra”?

Nekoliko svjedoka dalo je uvjerljive iskaze o tome da su povrede zaista bile rezultat navodnog masakra. Doktor iz bolnice South Abobo citiran je na 63. i 64. stranici [izvještaja organizacije Human Rights Watch](#). Doktor je izjavio da je pregledao žrtve pucnjave.

Doktor koji je tretirao mnoge žene koje nisu preživjele ka

(Video ne prikazuje žrtvu kojoj je glava odvojena od tijela.)

Izvještaj objavljen u New York Timesu citira dvoje svjedoka: “Prvi tenk je otvorio vatru”, kaže Idrissa Diarrassouba, stanovnik Aboboa. “Odmah je ubijeno šest žena. Bio sam tu, odmah pored njih. Samo su pale.” “Čuo se prasak mašinki”, kaže svjedok Idrissa Sissoko. On također navodi da je vidio da je pogođeno šest žena. “Odjednom sam vidio šest tijela kako leže tu.”

Prema [ovom izvještaju](#), vojni izvor je Reutersu rekao da je pucnjava bila nesretan slučaj, rezultat nervoze unutar Sigurnosnih snaga Obale Slonovače nakon prethodnih sukoba.

Zaključak

Možemo reći da su datum i mjesto verificirani sa visokim stepenom sigurnosti. Originalni izvor nije i zbog toga nismo imali priliku razgovarati sa osobom koja je snimila video.

Na kraju, da li video prikazuje ono što tvrdi da prikazuje?

Ovo ne možemo utvrditi sa stopostotnom sigurnošću sa ove distance i sa materijalom koji je prikupljen. Pored toga što bi bilo važno kontaktirati i intervjuirati osobu koja je snimila video, potrebni su i dodatni iskazi svjedoka, doktora koji su liječili žrtve i porodica navodnih žrtava. Da bismo identificirali žrtve, mogli bismo dublje istražiti prvi video, razdvajajući ga na kadrove u ključnim trenucima pucnjave, pokušati pronaći i identificirati žrtve i onda pronaći preživjele.

Čak i uz sve dodatne činjenice i informacije koje sam prikupio, ne mogu donijeti presudu o ovom videu.

Studija slučaja 5.3: Potvrda lokacije i sadržaja videa



Christoph Koettl je menadžer kriznih operacija za Amnesty International USA. Specijalnost su mu korištenje satelitskih snimaka, mobilne tehnologije i građanskih medija u istraživanju i zagovaranju ljudskih prava. Njegova je ekspertiza međunarodno humanitarno pravo, analiza konflikata, mapiranje kriza i validacija videa, a redovno drži prezentacije o tehnologiji i ljudskim pravima, uključujući onu na konferenciji [SXSW 2014](#). Pred američkim Kongresom svjedočio je o ratnim zločinima u Šri Lanki. Mnogi američki i međunarodni mediji, uključujući AP, BBC, CNN, Al Jazzeru i Reuters, redovno izvještavaju na temelju njegovih rezultata. Tvita pod imenom [@ckoettl](#).

Tokom nasilnih sukoba u Kairu u augustu 2013. godine, [jedan YouTube video](#) privukao je mnogo medijske pažnje. (Originalni video kasnije je uklonjen sa YouTubea, ali može se vidjeti i [ovdje](#)). Najčešći je opis videa, kao npr. u naslovu [ovog bloga Washington Posta](#), da on prikazuje kako su učesnici protesta u Kairu gurnuli policijsko auto sa mosta.

Nasilničko ponašanje učesnika protesta, naravno, relevantno je kada istražujete [disproporcionalnu upotrebu policijske sile](#) kao što to mi u Amnesty Internationalu radimo. U sklopu napora da odredimo da li su povrijeđena ljudska prava, mi radimo i na verifikaciji videa. Kao rezultat toga, ovaj je video predstavljao važan materijal kojem je

trebalo posvetiti posebnu pažnju.

Ono što je upadalo u oči na ovom snimku, unatoč opisu i naslovima izvučenim iz njega, jest da se na videu ni u jednom trenutku ne vidi kako učesnici protesta guraju auto sa mosta. Očigledno je bila potrebna pažljivija istraga. Evo kako sam pregledao sadržaj videa i odredio tačnu lokaciju incidenta:

Jedan od prvih koraka pri verifikaciji videa koji su snimili građani je potraga za drugim sadržajima koji prikazuju isti događaj¹. Obično pretražujem YouTube i Storyful (ova se usluga plaća), te Storyfulov Open News Room. (Kao što je to navedeno u prethodnom poglavlju, filtriram pretragu YouTubea prema datumu uploada da bih suzio broj rezultata.)

Pomoću ovih alata, pronašao sam i [drugi video](#) snimljen iz drugog ugla. Izgleda kao da je snimljen sa obližnjeg nebodera i daje odličan pogled na cijelu scenu. Ovaj dodatni snimak pokazuje da niko zapravo nije gurnuo policijski auto sa mosta, nego da se auto sudario sa drugim vozilom i nakon toga prevrnuo i pao sa mosta. Ovaj drugi video potvrdio je da je incident stvaran, ali da je opis (i naslov) netačan.

Nova tačka gledišta drugog videa olakšala je i pronalaženje tačne lokacije incidenta. Tekst u *Washington Postu* je kao lokaciju videa naveo "Most 6. oktobar". Ovo je bilo dovoljno za početak, budući da je ovaj most lako pronaći na online mapama. No, most o kojem se radi je zapravo veoma dugačka uzdignuta cesta koja prolazi kroz veliki dio grada. Ovo je otežavalo pronalaženje tačne lokacije.

Pri pažljivoj analizi drugog videa, vidljiv je jedan prepoznatljiv objekat: sportski stadion. Prateći liniju Mosta 6. oktobar na Google Earthu, pronašao sam dva stadiona u njegovoj blizini. Rotirao sam tačku gledišta na Google Earthu da pokušam pronaći potencijalnu lokaciju i tačku gledišta osobe koja je snimila video i pronašao lokaciju koja je odgovarala [drugom stadijumu](#). Nakon što sam odredio generalnu lokaciju, bilo je lako uočiti grupu nebodera s kojih se mogao vidjeti incident. Koristeći Google Earth Pro alat, napravio sam jednostavnu mapu na kojoj su prikazane lokacije dva videa, vidno polje i relevantni objekti:



Koordinate prvog videa: 30.058807, 31.303089

I, konačno, još dvije stvari vidljive na videu potvrdile su lokaciju: relejni toranj vidljiv u pozadini videa, koji se vidi i na [satelitskim snimcima](#). Uključio sam i Panoromio opciju na Google Earthu da pogledam fotografije koje postavljaju korisnici. Panoromio sadrži geolokaciju označene korisničke fotografije koja pruža

pogled sa nivoa ulice i nudi visok nivo detalja. Postavljeno je i [nekoliko fotografija koje su prikazivale dio ispod mosta](#) gdje je automobil pao i stubovi mosta prikazani na njima savršeno se poklapaju sa onima iz videa.

Zahvaljujući kombinaciji pretrage videa, Google Eartha i Google Mapsa, brzo sam uspio odrediti gdje je video snimljen i pobiti pogrešne navode koji su mogli imati ozbiljne posljedice

za učesnike protesta u Kairu.

Na kraju, nakon što je razjašnjena prava priča o padu policijskog auta sa mosta, *Washington Post* je [objavio novi tekst i ispravku](#).

1. Za više informacija o ovome, pogledajte "*The Checklist Manifesto*" Atula Gawande [↩](#)

Poglavlje 6: Uključivanje publike u posao



Mathew Ingram je nagrađivani novinar i medijski konsultant koji je posljednje dvije decenije proveo pišući o biznisu, tehnologiji i novim medijima, te savjetujući kompanije o strategiji društvenih mreža. Trenutno je viši dopisnik blogerske mreže [GigaOM](#), sa sjedištem u San Franciscu, gdje piše o evoluciji medija i web-kulturi. Prije toga, radio je kao prvi urednik online zajednica – specijalizirajući se za razvoj i strategije društvenih mreža i za *Globe and Mail*,

gdje je razvio pristup online komentarima za ove novine, pokrenuo njihovu Facebook stranicu i pomogao desetinama novinara i urednika pri uspostavljanju Twitter naloga. Tvita pod imenom [@mathewi](#).

Ideja korištenja pomoći publike (engl. *crowdsourcing*) u verifikaciji vijesti i vanrednim situacijama nije zapravo ništa novo – masa, generalno govoreći, uvijek je bila ključni dio formiranja i razumijevanja vijesti. Ono što je novo je da nam sada tehnologije poput Twittera, Facebooka, YouTubea i drugih omogućavaju učešće u jednoj vrsti zajedničkog procesa donošenja odluka na mnogo većem i širem nivou. I to brže. Ne tvrdim da ovaj proces nema nedostataka, pošto ima – ali uopćeno, vjerovatno smo u boljoj situaciji nego što smo ikad bili.

Samo se sjetite kako su činjenice i vijesti provjeravane u ne tako davnoj prošlosti: kada bi izbio rat, udario uragan ili negdje eksplodirala bomba, obično u blizini nije bilo novinara, osim ako se neki novinar tu slučajno zatekao. Izvori na licu mjesta prenosili su informacije medijima i onda bi počeo mukotrpan proces verifikacije informacija, baziran na intervjuima sa svjedocima, telefonskim pozivima i tako dalje.

Danas je jednaka vjerovatnoća da ćemo o događajima – posebno onim iznenadnim i neočekivanim, poput zemljotresa i masovnih pucnjava – saznati na Twitteru, nekoliko minuta ili čak sekundi nakon što se dogode. I, umjesto jednog ili dva izvještaja prolaznika i svjedoka, možemo dobiti stotine ili hiljade. Neki od njih vjerovatno će biti pogrešni, kao što smo to vidjeli u slučaju bombaškog napada u Bostonu i drugih sličnih vanrednih situacija, ali generalno, postepeno možemo formirati prilično tačnu sliku o tome šta se desilo i kako – i sve ovo brže nego ikad.

Evo pregleda nekih od najboljih praksi u ovom polju koje se još uvijek razvija, po savjetima inovatora kao što je Andy Carvin, bivši viši strateg za NPR, i drugih.

Identificirajte, verifikirajte i povežite se sa izvorima

U većini slučajeva, polazna je tačka identificirati izvore koji su pouzdani i onda prikupiti, izabrati i verifikirati informacije koje od njih dolaze. Andy Carvin sa NPR-a je tokom Arapskog proljeća kreirao tzv. “Twitter redakciju” izvora sa Bliskog istoka, počevši od ljudi koje je lično poznao i koristeći ih kao način da otkrije nove izvore.

“Ono što smatram veoma važnim je pratiti kome se ovi ljudi na Twitteru i ponekad na Facebooku obraćaju”, Carvin je rekao Craigu Silvermanu u intervjuu 2011. “I u Tunisu i u Egiptu već sam imao po pet izvora koje sam znao otprije.”

Carvin je također od ljudi koje je poznao tražio da preporuča ili verificiraju druge izvore na koje je naišao putem pretrage Twittera ili prateći određene hashtagove. Vremenom je prikupio liste sa stotinama dragocjenih izvora.

Ove su liste zatim postale alat koji je Carvinu omogućavao da u suštini uživo tvita o nekoliko ratnih sukoba – primajući informacije, objavljujući ih, pitajući svoje sljedbenike na Twiteru i izvore za pomoć pri verifikaciji, te onda objavljujući rezultate. Proces je u mnogo čemu bio haotičan, ali uspješan.

Da bi organizirao ovako veliki broj kontakata, kreirao je Twitter liste podijeljene po temama i geografskoj lokaciji. Danas se ovo može postići i kreiranjem Facebook listi, Google Plus krugova i drugim alatima ili praćenjem određenih YouTube kanala i kreiranjem plej-listi, između ostalog.

Carvin je napravio još jedan ključni korak, a to je da je sa mnogima od svojih izvora stupio direktno u kontakt ili se sastao s njima uživo da bi dodatno izgradio odnos. Mnogi su ljudi vidjeli samo ono što on radi na svom Twitteru, ali Carvin je mnogo vremena proveo i komunicirajući sa ljudima putem Skajpa, e-maila i na druge načine, da bi provjerio njihove identitete.

Kao što je to detaljno objašnjeno u prethodnim poglavljima, ova vrsta izvora i informacije koje pružaju moraju biti verificirani. Nakon što putem napredne pretrage Twittera, YouTubea i na druge načine pronađete izvore i organizacije na licu mjesta ili sa pristupom relevantnim informacijama, morate raditi na tome da ih direktno kontaktirate i provjerite odakle dolaze njihove informacije.

Što više komunicirate sa svojim izvorima i što više saznajete o njima, više ćete biti svjesni njihovih jakih i slabih strana, njihovih pristrasnosti i drugih faktora koji se moraju uzeti u obzir kada se razmatraju informacije koje se dijele. Kako vaša lista raste, počete uviđati određeni šablon u tome što izvori vide, dijele i o čemu izvještavaju, a onda će vam ovo pružiti sirovi materijal potreban da uporedite i odredite šta se tačno dešava ili ne dešava.

“Neki od ovih ljudi aktivno rade na tome da svrgnu lokalni režim”, kaže Carvin o izvorima koje je kontaktirao tokom Arapskog proljeća. ¹ “Bitno je samo da sam ja toga svjestan sve vrijeme. Možda je pravi odgovor transparentnost ■ određena mi osoba možda daje dobre informacije, ali nikada ne smijem zaboraviti da ona pripada opoziciji.”

Uključivanje izvora

Tokom nasilnih sukoba u Libiji 2011. godine, Carvina je na Twitteru kontaktirao neko ko je od njega – i samim tim od njegove Twitter redakcije – tražio da verificira da li se u Libiji koristi izraelsko oružje. Opisao je slijed događaja na Storifyju²:

It all began on March 12, 2011 when I was at the SXSW Festival in Austin, Texas, participating in a session about social media and the Middle East, organized by the New York Times.



While sitting in the session, I received a tweet from [@jan15egy](#) asking me to look into something.



Na osnovu ove dojava, Carvin je od svojih sljedbenika na Twitteru zatražio da potvrde da li je minobacač na slici izraelskog porijekla. Odgovori koje je dobio bili su mješavina korisnih savjeta i ličnih procjena, te nekoliko tragova koji su vodili u ćorsokak. Konačno je dobio vrlo određenu informaciju koja je pomogla da se pronađe odgovor:

oružje nije bilo izraelsko, nego indijsko. I nije uopće bilo minobacač. Carvin kaže da je znao da je na tragu prave informacije kada je istu stvar čuo od nekoliko međusobno

nepovezanih izvora.

“U slučaju takozvanog izraelskog oružja, imao sam mnogo ljudi koji su mi u suštini davali istu informaciju a nisu se međusobno poznavali, tako da sam to predstavio na svom Storifyju.”

Važno je zapamtiti da je stvar koja je Andyju Carvinu pomogla da uradi to što je uradio činjenica da je od drugih tražio pomoć na vrlo ljudski i pristupačan način. Tretirao je one s kojima je kontaktirao kao kolege, a ne samo kao izvore koji trebaju izvršavati njegova naređenja. Novinari i drugi koji jednostavno daju komande dobijaju veoma malo zauzvrat, ali tretirati izvore kao ljudska bića donosi sasvim drugačije rezultate.

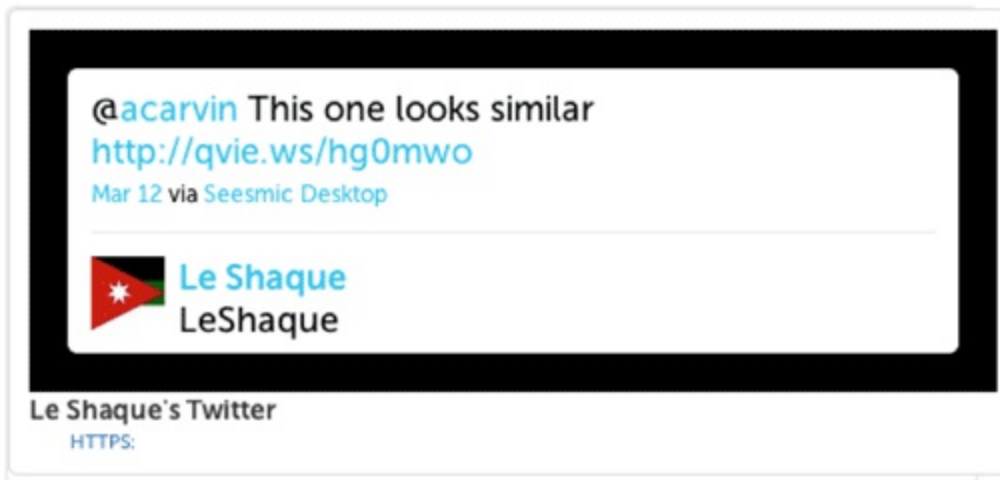
Ratni reporter *New York Times* C. J. Chivers koristi sličan pristup za verifikaciju eksplozivnih naprava korištenih u različitim konfliktima i kaže³ da ovim procesom puno brže dolazi do istine nego što bi to bio slučaj u prošlosti.

Za svaki tip informacije, u vašim društvenim krugovima (ili u široj mreži kontakata) vjerovatno postoje upućeni ljudi koji znaju istinu o tom incidentu ili događaju. Samo ih morate pronaći.

A Syrian living in Beirut named [@LeShaque](#) began to dig up a lot of intriguing leads from weapons manufacturers in India:

Chivers kaže: “Dokaz je u ovom slučaju omogućio skup standardnih alata za izvještavanje o ratu sa lica mjesta: spremnost da se radi na terenu, digitalna kamera, satelitska konekcija na internet, laptop, e-mail adresa i grupa izvora sa specijaliziranim znanjem. Ali postojao je i dodatni faktor koji pokazuje kako putem novih metoda rat može biti analiziran u stvarnom vremenu – korištenjem društvenih medija, kreirali smo kratkotrajne grupe eksperata na društvenoj mreži.”

Chivers također hvali postignuća britanskog “građanskog novinara”⁴ Brown Mosesa, blogera čije je pravo ime Eliot Higgins i koji je razvio ekspertno znanje o hemijskim oružjima gledajući i verificirajući hiljade YouTube



Bomb Mortar 81 mm illuminating

Bomb 81mm Mortar illuminating belongs to the family of illuminating ammunition extensively used to support night warfare. It provides intense illumination for identification and engagement of all types of moving and stationary objects. It is useful for movement of troops and to locate the enemy. The Bomb is fired from a 81mm smooth Mortar which is a muzzle loading weapon. The ammunition is also compatible with same calibre weapon of Hotchkiss make long barrel mortar. In using with Hotchkiss sho...

[WEAPONSINDIA.COM](#) · 3 YEARS AGO

videoklipova iz konflikta u Siriji.

Higgins nije formalno obučen ni u novinarstvu ni u području vojnog naoružanja, ali je postao ključna karika u lancu verifikacije do te mjere da se profesionalni novinari poput Chiversa i čak humanitarne organizacije oslanjaju na njega. Novi, ključni izvori poput Mosesa mogu se

pojaviti u određenim situacijama, bilo zbog toga što na određenom pitanju rade dugo ili zato što se nalaze na pravom (ili krivom) mjestu u pravo vrijeme.

Odgovorno uključivanje publike

Jedna stvar koju svi koji pokušavaju prikupiti i verificirati informacije tokom krizne situacije, bez obzira na to da li su novinari ili ne, moraju imati na umu jeste to da ste, dok koristite društvene medije poput Twittera, Facebooka ili Google Plusa, i vi sami izvor informacija za druge. Ovo znači da bi postavljanje bilo kakve nepotkrijepljene informacije na mreže, dok još uvijek radite na verifikaciji, moglo izazvati zbunjenost u pogledu detalja koji se odnose na događaj.

Imajte to na umu kada tvitate ili postavljate detalje i tražite potvrdu. Najbolji pristup je biti otvoren o onome što se događa, podsjećati svoje prijatelje i kontakte da tražite pomoć a ne da potičete širenje neprovjerenih informacija.

Da bi se spriječila zbrka, budite što jasniji o tome šta znate i šta ne znate i za koje vam informacije treba potvrda. U slučaju određenih osjetljivih ili “zapaljivih” detalja, bolje je da pokušate provjeru *offline* metodama prije nego što se okrenete društvenim medijima i *online* načinima provjere. Vi ćete možda pažljivo informacije označiti kao “neprovjerene” ili kao glasine, ali ove oznake lako nestaju jednom kada se informacije počnu širiti. Imamo odgovornost da uzmemo u obzir stvarnost i da ne pridonosimo zbunjenosti ili pogrešnoj informiranosti tokom kriznih situacija.

Moć publike

Algoritmi i automatizirane pretrage mogu vam dati ogromne količine informacija o udarnim vijestima, kao što je to detaljno objašnjeno u narednom poglavlju. Ali samo ljudska bića mogu na efikasan način i u stvarnom vremenu filtrirati i pronaći smisao u tolikoj količini sadržaja. Kao što pokazuju primjeri Andyja Carvina i Browna Mosesa, najbolji alat za ovo je mreža pouzdanih kontakata koji su fokusirani ili na određenu temu ili na određenu lokaciju – mreža koju možete koristiti kao vlastitu *crowdsourcing* redakciju.

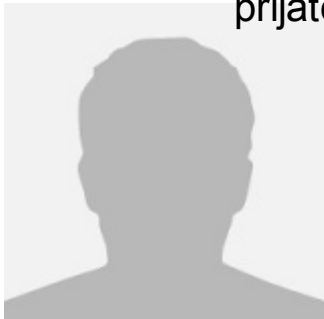
Međutim, stupati u ovakvu vrstu odnosa sa izvorima nije nešto što treba olako shvatiti. Ovo nije samo alat ili proces koji vam omogućava da radite svoj posao ili da brže i efikasnije obavite određeni zadatak – ovo je zajednički poduhvat i trebate biti spremni da date kolikoimate.

-
1. Za više informacija o ovome, pogledajte “*The Checklist Manifesto*” Atula Gawande↵
 2. <http://storify.com/acarvin/how-to-debunk-a-geopolitical-rumor-with-your-twit2>↵
 3. <http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/06/10/following-up-part-i-battlefield-refuse-social-media-and-qaddafis-cluster-bombs/>↵
 4. <http://www.theguardian.com/world/2013/mar/21/frontroom-blogger-analyses-weapons-syria-frontline>↵

Studija slučaja 6.1: Otkriveni zbog arapske gramatike



Tom Trewinnard je menadžer istraživanja i komunikacija za [Meedan](#), neprofitnu organizaciju koja se bavi društvenim tehnologijama i radi na projektu razvoja kolaborativnih internetskih alata za verifikaciju Checkdesk. Tvita pod imenom [[@Tom_El_Rumi](#)](https://twitter.com/Tom_El_Rumi).



M.SH. je suosnivač Shabab Souria (Syria Youth), grupe koju je osnovao sa prijateljima nakon analize dinamike između građanskih medija i mainstream izvještavanja tokom ustanaka u Tunisu, Egiptu i Libiju početkom 2011. godine.

Shabab Souria (Syria Youth) je mreža Sirijaca koji žive unutar i izvan Sirije i sarađuju koristeći online alate za verifikaciju i objavljivanje vijesti sa lica mjesta iz cijele zemlje. Funkcioniraju kao strogo administrirana otvorena Facebook grupa, gdje članovi koriste zajednicu za verifikaciju stotina izvještaja koji svaki dan izlaze u oficijelnim i društvenim medijima.

Nakon toga, objavljuju verificirani sadržaj na arapskom i engleskom koristeći Checkdesk.

[Checkdesk](#) je *open source* platforma, gdje redakcije i medijski kolektivi mogu verificirati i objavljivati digitalne medijske izvještaje o udarnim vijestima. Checkdesk je u julu 2013. pokrenula organizacija Meedan, zajedno sa šest medijskih partnera sa Bliskog istoka, koji su proveli seriju radionica u svojim zajednicama da obuče građane u medijskoj pismenosti, osviještenosti o izvorima i digitalnim tehnikama verifikacije.

Dobar primjer kako Shabab Souria radi na pobijanju i potvrđivanju izvještaja dogodio se [5. decembra 2013.](#) Osoba pod imenom Sham al-Orouba postavila je YouTube video na zid Shabab Souria Facebook grupe. U videu je prikazan bradati čovjek, identificiran kao član džihadističke skupine Seyoof al Islam, kako tvrdi da je grupa izvela napade protiv kršćanske zajednice Saydna i manastira Deir Cherubim.

Njegov narativ o navodnim napadima ispresijecan je mutnim snimcima koji izgleda da prikazuju oštećenu zgradu na brdu i statuu Isusa Krista. Uz video poslan mreži Shabab Souria, Al-Orouba je postavio jednostavno pitanje: "Istina ili laž?"

Član Mohammad Fakhr Eddin (svi članovi grupe koriste pseudonime da bi se zaštitili) brzo je odgovorio, primijetivši da su suptilne gramatičke nekorektnosti u govoru osobe iz videa netipične za džihadistu. Na osnovu iskustva sa stotinama videosnimaka i drugog sadržaja od džihadista, grupa je primijetila da su oni često veoma elokventni.

Drugi korisnik, Abu Nabil, složio se da je voditeljev slab arapski znak da nije onaj za koga se predstavlja. Nabil je dodao da islam zabranjuje napade na crkve, a drugi korisnik se složio da grupe džihadista obično ne napadaju crkve u Siriji osim ako za to nemaju jak vojni razlog.

Shamya Sy i Mohammad Fakhr Eddin dodali su još jednu važnu informaciju o izvoru: rekli su da je osoba koja je postavila video na YouTube ■ Nizar Nayouf – poznat kao nepouzdan. Ovo su potkrijepili time što je Nayouf u prošlosti bio odgovoran za proasadsku režimsku propagandu, čiji je cilj bio diskreditirati antiasadske grupe.

“Ovo nismo mogli potvrditi iz drugih izvora”, napisao je korisnik Abu Karam al-Faraty u grupi. Niko nije mogao pronaći druge izvještaje, slike ili snimke grupe Seyoof al Islam ili drugih džihadističkih grupa u napadu na Deir Cherubim ili kršćansku zajednicu u Saydni.

Vremenom, članovi grupa poput Shabab Souria razvili su vlastita područja ekspertize i reputaciju za ono što rade. Sy i al-Faraty su poznati kao detektivi: putem svog marljivog rada na provjeravanju medija, postali su pouzdani eksperti za pitanja verifikacije. Činjenica da su oni identificirali izvor videa kao nepouzdan dalo je težinu toj informaciji.

Na kraju, trebalo je manje od tri sata da grupa odluči da je video lažan. Ujedinjujući ekspertize članova, bili su u mogućnosti da provjere da li postoje drugi snimci ili izvještaji koji bi potkrijepili video, da provjere i ispitaju kredibilitet izvora i da analiziraju sadržaj videa i identificiraju aspekte koji su dovodili u pitanje njegovu autentičnost.

Sedam korisnika je surađivalo na verifikaciji ovog videa. Da ga niko nije provjerio, ovaj lažni izvještaj o džihadistima mogao je doprinijeti propagandnom ratu koji utječe ne samo na civile u Siriji već i na donosioce odluka u inostranstvu.

Kao što je jedan korisnik napisao u grupi: „Problem je što mi znamo da je video lažan, ali zapadni mediji će ga preuzeti kao da je istinit.“

Ovo se sve dogodilo u vrijeme kada je međunarodna vojna intervencija izgledala kao stvarna mogućnost. Zbog toga je bilo od velike važnosti da se objavi da je video lažan – i da se ova informacija podijeli javno na društvenim mrežama, koje su postale krucijalne u protoku informacija o sirijskom konfliktu.

Poglavlje 7: Dodavanje kompjuterske publike ljudskoj



Patrick Meier (dr.sc.) međunarodno je priznat autoritet na polju primjene novih tehnologija u humanitarnim krizama. Trenutno je na poziciji direktora društvenih inovacija u Institutu za kompjuterska istraživanja Katarske fondacije (QCRI), gdje radi na prototipima [sljedeće generacije humanitarnih tehnologija](#). Prije QCRI-ja, Patrick je bio suosnivač i kodirektor HHI-jevog programa kriznog mapiranja i ranog upozoravanja i direktor kriznog mapiranja u Ushahidiju.

Njegov utjecajni blog [iRevolution](#) ima preko milion posjeta. Tvita pod imenom [\[@patrickmeier\]\(https://twitter.com/patrickmeier\)](#).

Istraživački novinari i aktivisti za ljudska prava decenijama koriste kombinaciju strategija za verifikaciju informacija u kriznim situacijama i slučajevima udarnih vijesti. Sa porastom količine sadržaja koje proizvode korisnici, ova je ekspertiza još potrebija.

Ipak, mnogi se u procesu ubrzavanja i mogućeg automatiziranja procesa verifikacije okreću “naprednim kompjuterskim tehnologijama”. Kao i sa bilo kojom drugom metodom, korištenje naprednih kompjuterskih funkcija za verifikaciju sadržaja sa društvenih mreža u približno stvarnom vremenu ima svoje prednosti i nedostatke.

Napredno korištenje kompjutera ima dvije komponente: mašinsku i ljudsku. Prva koristi tehnike tzv. NLP-a (engl. *natural language processing* – procesiranje prirodnog jezika) i ML-a (engl. *machine learning* – kompjutersko učenje), dok se druga oslanja na *crowdsourcing* i metode podjele zadataka na male jedinice.

Primjena naprednih kompjuterskih tehnologija u verifikaciji korisničkog sadržaja trenutno je ograničena budući da je ovo polje još uvijek u začetku i platforme za verifikaciju i tehnike opisane ispod još uvijek su u fazi razvoja i testiranja. Zbog toga, još uvijek ne znamo koliko će one doprinijeti procesu verifikacije, ali napredak tehnologije svaki dan donosi nove načine moguće automatizacije elemenata ovog procesa.

Ovo je važan trenutak u primjeni naprednih kompjuterskih tehnologija u verifikaciji korisničkog sadržaja: trenutno su u fazi razvoja tri projekta iz ove oblasti. Ovo poglavlje daje pregled ovih projekata, zajedno sa uvodom o tome kako se koriste (i kombiniraju) ljudska i mašinska komponenta kompjuterskog procesa verifikacije. Prije nego što počnemo, dopustite mi da dodam: ja sam predvodio digitalni dio akcije pružanja humanitarne pomoći opisane ispod – na Haitiju, Filipinima i u Pakistanu. Pored toga, učestvujem i u projektu Verily i na kreiranju Twitter Credibility Plugina, koji se spominju u tekstu.

Humani kompjuterski sistemi

U tzv. humanim kompjuterskim sistemima, poznatim i pod nazivom “*crowd computing*”, mašina dio svojih zadataka delegira osobi ili grupi ljudi, nakon čega prikuplja i analizira urađene zadatke.

Primjer ranog korištenja ovakvog sistema je zemljotres na Haitiju 2012. godine. [Kompanija Ushahidi je pokrenula kompjutersku platformu](#) baziranu na korištenju ljudskih resursa da bi zadatak prevođenja hitnih SMS-poruka sa kreolskog na engleski jezik podijelila u manje

jedinice. Poruke su dolazile od zajednica pogođenih katastrofom u i oko Port-au-Princea. Prevedene poruke nakon toga su sortirane i mapirane na Ushahidijevoj kriznoj mapi za Haiti. Iako je prevođenje ovih poruka bilo prvi i jedini put da je Ushahidi koristio kompjutersku platformu sa ljudskim elementom za podjelu kriznih informacija na manje zadatke, uspjeh ovog metoda naglasio je vrijednost koju on može dodati u reagiranju na krizne situacije.

Humani kompjuterski sistemi sljedeći put su korišteni 2012. godine u slučaju tajfuna Pablo na Filipinima. Na zahtjev Ujedinjenih nacija, organizacija Digital Humanitarian Network (DHN) [prikupila je i analizirala sve tvitove koji su poslani tokom prvih 48 sati nakon što je tajfun udario na kopno](#). Konkretno, od volontera DHN-a tražilo se da identificiraju sve fotografije i videosnimke sa Twittera na kojima se vidjela šteta nanesena jakim vjetrovima i kišom. Da bi proveo ovu operaciju i tagovao pojedinačne tvitove i fotografije, DHN je koristio besplatnu otvorenu *microtasking* platformu [CrowdCrafting](#). Obradeni podaci zatim su korišteni u kreiranju krizne mape materijalne štete.

Uspješan odgovor humanih kompjuterskih sistema na tajfun Pablo potakao je pokretanje nove, efikasnije platforme pod nazivom MicroMappers. Bazirana na CrowdCrafting softveru, platforma MicroMappers [prvi put je korištena u septembru 2013. godine za tagovanje tvitova i fotografija postavljenih online tokom zemljotresa u Baluchistanu](#). Ovu je operaciju koordinirao DHN na zahtjev UN-a u Pakistanu.

Dakle, humani kompjuterski sistemi tek se počinju koristiti u humanitarnoj zajednici, ali do sada nikada nisu bili korišteni za verifikaciju sadržaja sa društvenih mreža.

Platforma Verily

Platforma Verily, u čijem razvoju učestvujem, koristi humane kompjuterske sisteme da od zajednice brzo prikupi dokaze koji potkrepljuju i pobijaju informacije postavljene na društvene medije. [Očekujemo da će se Verily koristiti za razvrstavanje proturječnih izvještaja o nastaloj šteti, kakvi se često javljaju tokom i nakon velikih katastrofa](#). Naravno, platforma se može koristiti i za verifikaciju fotografija i videa.

Verily je nastao inspiriran takmičenjem Crveni balon, koje je 2009. pokrenula Agencija za napredna istraživanja u području odbrane (DARPA). Takmičenje je od učesnika zahtijevalo da tačno identificiraju lokaciju deset crvenih meteoroloških balona širom SAD-a.

Pobjednički tim, sa MIT-a, pronašao je svih deset balona za manje od devet sati, bez napuštanja svojih kompjutera. Obratili su se društvenim medijima, tačnije Twitteru, da mobiliziraju javnost. Na početku takmičenja, tim je objavio da će, ako pobijede, umjesto da zadrže novčanu nagradu od 40.000 dolara, podijeliti je sa onima koji im pomognu u potrazi za balonima. [Potakli](#) su ljude da u potragu pozovu svoje prijatelje: “Dajemo 2000 dolara po balonu prvoj osobi koja nam pošalje tačne koordinate, ali to nije sve – i osoba koja ih je pozvala dobit će 1000 dolara. Dodatno, dajemo 500 dolara osobi koja je pozvala ovog korisnika, 250 osobi koja je pozvala njega i tako dalje.”

Platforma Verily koristi istu vrstu poticaja u formi poena. Umjesto pronalaženja balona po cijeloj zemlji, platforma omogućava verifikaciju izvještaja postavljenih na društvene mreže tokom kriznih situacija sa ciljem “pokrivanja” daleko manje geografske površine – obično

grada.

Zamislite Verily kao Pinterest ploču sa zakačenim jedinicama sadržaja koje se sastoje od da i ne pitanja. Naprimjer: “Da li je Bruklinski most zatvoren zbog uragana Sandy?”. Korisnici onda mogu dijeliti zahtjeve za verifikaciju na Twitteru ili Facebooku ili e-mailom kontaktirati ljude za koje znaju da žive u blizini.

Oni koji imaju dokaze koji im omogućavaju da odgovore na pitanja, postavljaju ih na Verily platformu, koja ima dvije sekcije: jednu za potvrdne, drugu za odrične odgovore.

Tip dokaza koji može biti postavljen na platformu uključuje tekst, fotografije i videosnimke. Svaki postavljeni sadržaj mora pratiti objašnjenje šta je to što informaciju čini relevantnom i pouzdanom.

U tom smislu, paralelni cilj projekta Verily je da izvrši crowdsourcing kritičkog razmišljanja. Platforma Verily trebala bi biti pokrenuta početkom 2014. na adresi www.Veri.ly.

Mašinski kompjuterski sistemi

Zemljotres jačine 8,8 stepeni koji je 2010. pogodio Čile bio je velika vijest na Twitteru. Kao što je skoro uvijek slučaj, zajedno sa eksplozijom tvitova, stigli su i valovi glasina i lažnih informacija.

Jedna takva glasina tvrdila je da je u Valparaisu izdato upozorenje o nadolazećem cunamiju. Drugi je izvještavao o pustošenju prodavnica u nekim okruzima Santiaga. Iako je tačno da se ovakve glasine šire, nova empirijska istraživanja pokazuju da Twitter ima autokorektivni mehanizam. [Istraživanje tvitova postavljenih nakon čileanskog zemljotresa](#) pokazalo je da korisnici Twittera obično reaguju na nepozdane tvitove dovodeći u pitanje njihov kredibilitet.

Analizirajući ovu reakciju, istraživači su pokazali da se pouzdanost tvitova može predvidjeti. Slične analize podataka [Analizirajući ovu reakciju, istraživači su pokazali da se pouzdanost tvitova može predvidjeti. Slične analize podataka](#). Tako, naprimjer, dužina tvita, ton riječi od kojih je sačinjen i broj hashtagova i emotikona u njemu mogu biti indikatori eventualne pouzdanosti. Isto važi za [tvitove koji sadrže fotografije ili video](#) – jezik korišten u tvitovima koji daju linkove na multimedijalne sadržaje može biti osnova za odlučivanje o njegovom kredibilitetu.

Uzeti zajedno, ovi podaci daju mašinama parametre i informacije koje su im potrebne da predvide tačnost tvitova i drugog sadržaja na društvenim mrežama. Ovo otvara vrata većoj ulozi automatizacije u procesu verifikacije tokom katastrofa i drugih kriznih situacija i udarnih vijesti.

U praksi, ovi rezultati istraživanja se koriste u razvoju [“Credibility Plugina” za Twitter](#). Moj tim na katarskom Institutu za kompjuterska istraživanja radi na ovome u saradnji sa Indraprastha institutom informacijskih tehnologija u Delhiju, u Indiji.

Ovaj dodatak za Twitter bi pojedinačne tvitove rangirao na skali od 0 do 100, zavisno od vjerovatnoće da je sadržaj tvita pouzdan. Njegovo puštanje u promet očekuje se početkom 2014. godine. Glavna prednost korištenja mašinskih sistema je to što su oni potpuno

automatizirani i samim tim mjerljiviji od ljudski potpomognute platforme Verily.

Hibridni kompjuterski sistemi

Platforma The Artificial Intelligence for Disaster Response (AIDR) je hibrid ljudskih i mašinskih kompjuterskih modela.

Platforma kombinira humane kompjuterske sisteme (microtasking) sa mašinskim sistemima (mašinsko učenje). Microtasking je proces prilikom kojeg se jedan veliki zadatak podijeli na niz manjih, dok je mašinsko učenje proces prilikom kojeg kompjuter uči da izvršava određeni zadatak.

AIDR omogućava korisnicima da neki algoritam nauče kako da pronađe informacije od interesa na Twitteru. Proces učenja se obavlja putem podjele na manje zadatke. Naprimjer, ako Crveni krst zanima praćenje spominjanja infrastrukturne štete na Twitteru, nakon katastrofe, onda će osoblje Crvenog krsta koristiti AIDR-ovo korisničko sučelje da taguje (obilježi) pojedinačne tvitove koji spominju štetu. Algoritam će tokom ovog procesa naučiti da automatski pronalazi dodatne tvitove koji govore o šteti.

Ovaj hibridni kompjuterski pristup može se koristiti da se automatski prepoznaju glasine bazirane na određenoj početnoj grupi tvitova koji tu glasinu spominju. Brza identifikacija glasina i njihovih izvora važan je dio verifikacije korisničkog sadržaja. Ona omogućava novinarima i humanitarnim radnicima da pronađu izvor informacije i da znaju koga kontaktirati za sljedeći neophodni korak u verifikaciji informacije.

Da bismo bili sigurni, cilj ne bi trebao biti samo prepoznati lažne ili varljive informacije na društvenim medijima, nego i suprotstaviti im se i isparaviti ih u približno realnom vremenu. Prva verzija AIDR-a objavljena je u novembru 2013. godine.

Ubrzavanje procesa verifikacije

Kao što je to navedeno ranije, činjenica da su verifikacijske platforme koje pokreću napredni kompjuterski sistemi tek u početnim stadijima znači da njihova stvarna vrijednost za verifikaciju sadržaja koji dolazi od korisnika tek treba biti utvrđena. Čak i ako ove platforme donesu rezultate, njihove rane verzije imat će značajna ograničenja. Ali ovaj rani rad neophodan je za napredovanje prema značajnoj primjeni naprednih kompjuterskih sistema u procesu verifikacije.

Jedno od trenutnih ograničenja je da AIDR i najavljeni Credibility Plugin, opisani iznad, sasvim zavise od jednog izvora: Twittera. Da bi se uporedili izvori, mediji i jezik, potrebne su platforme koje rade na više medija. Veri.ly donekle ispunjava ovaj uvjet, ali se on potpuno oslanja na ljudski faktor unosa informacije, što nije lako mjerljivo.

U svakom slučaju, ova su rješenja daleko od savršenog sistema verifikacije, koji mnogi traže. Kao i druge informacijske platforme, i oni mogu biti prevareni i sabotirani uz dovoljno uloženog vremena i truda. Ipak, ovi alati predstavljaju potencijal ubrzavanja procesa verifikacije i vjerovatno će i dalje napredovati kako se u ovo područje ulaže više napora i investicija.

Studija slučaja 7.1: Kako je projekat OpenStreetMap iskoristio ljude i mašine za mapiranje pogođenih područja nakon tajfuna Haiyan



Dan Stowell je informatičar specijaliziran za analizu audiosadržaja. Redovno saraduje sa servisom OpenStreetMap i učestvuje u njegovom humanitarnom timu, inicijativi koja dizajnira digitalne mape, šalje radnike na teren i kreira prilagođene softvere za smanjivanje rizika od katastrofa. Bavio se razvojem open-source softvera i mašinskim učenjem, a trenutno radi kao istraživač pri Centru za digitalnu muziku Univerziteta Queen Mary u Londonu. Njegovu web stranicu možete pronaći [ovdje](#).

OpenStreetMap je baza mapa, izgrađena na modelu uređivanja i *copy/left* sistema autorskih prava koji će mnogi prepoznati sa Wikipedije. Ova platforma nudi neke od najdetaljnijih javno dostupnih mapa – posebno za zemlje u razvoju.

Kada je 2013. Filipine pogodio tajfun Haiyan, grupa volontera koji se bave mapiranjem udružila se sa ciljem da mapiraju i potvrde štetu nanесenu ovom području. Projekt je koordinirao humanitarni tim OpenStreetMapa (HOT), koji odgovara na incidente humanitarnih kriza “aktivacijom” volontera koji brzo mapiraju pogođena područja. Ovaj posao kombinira ljudski faktor u potvrđivanju informacije automatiziranom analizom, što daje rezultate na koje se oslanjaju Crveni krst, Ljekari bez granica i drugi koji imaju timove na licu mjesta.

HOT održava mrežu volontera koje koordinira putem *mailing* liste i drugih kanala. Dvadeset i četiri sata prije nego što je tajfun udario, članovi grupe su razgovarali o područjima koja bi mogla biti na udaru i ocijenili kvalitet postojećih podataka, pripremajući se za brzu reakciju.

Kada je tajfun stigao do Filipina i kada je humanitarni incident potvrđen, HOT tim je pozvao svoju mrežu volontera da doprinesu mapiranju područja, uključujući i posebno mapiranje prioriteta humanitarnih organizacija. Imali su dva glavna cilja. Prvi je bio da se napravi detaljna opća bazična mapa naseljenih područja i puteva. Drugi je bio da se kreira slika o tome kako stvari izgledaju na terenu nakon katastrofe. Gdje su zgrade oštećene ili uništene? Koji su mostovi srušeni?

Posao je koordiniran i prioritiziran putem HOT-ovog web sajta za raspodjelu zadataka (prikazanog ispod), koji je zapravo *microtasking* platforma za pravljenje mapa. Ovaj sistem administratorima omogućava da odrede broj “poslova” koje treba obaviti – kao što je mapiranje puteva i zgrada unutar određenog područja – i podijele svaki posao na male “zadatke”, koje onda može obaviti jedan volonter prateći slike snimljene iz zraka.

Typhoon Haiyan - Panay Island Eastern Side Initial Mapping



Description Workflow Task Users Stats

1. Open the area in your favorite editing tool.

JOSM Potlatch 2 Walking Papers iD

Links to .osm and .gpx files.

None

2. Trace the elements.

Comments made by contributors who previously worked on this task:

#uniHD
— geo-mapper2013

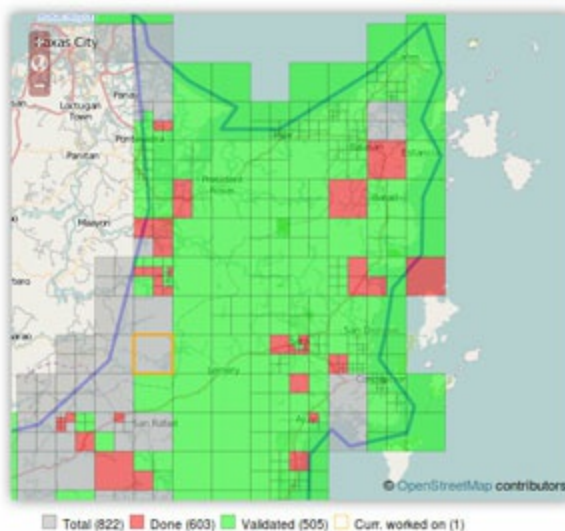
Invalidate: missing buildings and small lakes/paths
— Papa Schlämpf

See the changesets for this area.

3. Add a comment and mark the task as done.

Comment

Mark task as done



Tokom reakcije na Haiyan katastrofu, bilo je uključeno više od 1500 volontera, a do 100 od njih je koristilo sistem u isto vrijeme. Podjela svakog posla bila je ključna da bi se maksimalno iskoristio ovaj talas uloženog napora.

Nakon što izabere zadatak, korisnik uredi svoje područje na OpenStreetMapu i onda može označiti kvadratić pored zadatka kao “izvršen”

(crveni kvadratići na slici). No, online sistem zahtijeva da još jedna, iskusnija, osoba provjeri urađeni posao prije nego što zadatak bude označen kao validan (zeleno). (Ako zadatak nije dobro urađen, druga osoba uklanja status “izvršeno”). Volonteri mogu ostavljati komentare na stranici zadatka, gdje objašnjavaju razloge zbog kojih nisu odobrili zadatak ili skreću pažnju na probleme sa mapiranjem.

Snimci iz zraka su ključni u procesu koji “kartografima sa kauča” omogućava da doprinesu koristeći kompjutere za označavanje puteva, zgrada i infrastrukture. Microsoft omogućava korištenje snimaka sa pretraživača Bing na OpenStreetMap platformi, koje su i korištene tokom situacije Haiyan.

Predstavnici HOT-a također su bili u kontaktu sa Odjelom za humanitarne informacije američkog State Departmenta putem programa “Imagery to the Crowd” (Slike narodu) i drugih agencija i kompanija, sa ciljem pronalaženja fotografija iz zraka visoke rezolucije.* Kada bi ih dobili, HOT-ov tim je kreirao dodatne zadatke na web-sajtu, tražeći od volontera da dodatno potvrde i unaprijede osnovne mape Filipina.

Web-sajt koji upravlja zadacima najvidljiviji je korak u verifikaciji, ali ekosistem platforme OpenStreetMap uključuje i mnogo ključnih automatskih (mašinskih) koraka potvrde. Softver za uređivanje mapa (JOSM) prilikom postavljanja na platformu automatski pregleda promjene koje je korisnik unio, upozoravajući ga na moguće greške, kao što su zgrade koje se poklapaju ili rijeke koje se križaju bez dodirivanja.

I drugi alati za automatizaciju redovno skeniraju OpenStreetMap i upozoravaju na potencijalne probleme. Iskusni korisnici često koriste ove alate u drugom krugu verifikacije postavljenih mapa: mogu sami popraviti ili vratiti na staro problematične unose ili direktno

kontaktirati korisnika koji ih je radio.

Ovakav raspored posla (kombiniran sa stalnom koordinacijom i komunikacijom putem mailing listi, blogova i vikija), omogućava još jedan sloj strukture verifikacije, povrh ljudskog modela zajednice koji OpenStreetMap koristi.

Model je i dalje veoma otvoren, bez prethodne moderacije i uz poluformalnu hijerarhiju onih koji sadržaj odobravaju, a ipak brzo proizvodi veoma detaljne mape, koje su dragocjene međunarodnim humanitarnim organizacijama.

Budući da su podaci na platformi otvoreni, organizacije koje su odgovorile na potrebe nastale pustošenjem tajfuna Haiyan mogle su ga koristiti na različite načine: štampali su mape, skinuli podatke na uređaje za satelitsku navigaciju timova na terenu, koristili ih da lociraju centre populacije kao što su sela i analizirali ih da pronađu uzorke u epidemijama koje su se pojavile.

Ovakve brzo ažurirane podatke mogu koristiti i novinari sa ponešto znanja o geografskim podacima – da bi, naprimjer, dobili geografski kontekst za podatke koji pristižu iz drugih izvora, poput Twittera, da verifiraju tvrdnje o dešavanjima u drugim područjima ili da kreiraju infografike o raširenosti i posljedicama katastrofe.

Poglavlje 8: Priprema za izvještavanje o katastrofama



Sarah Knight je regionalni direktor sadržaja za [ABC Local Radio](#) u zapadnoj Australiji. Za 25 godina rada za Australian Broadcasting Corporation, Sarah je učestvovala u izvještavanju o nizu kriznih situacija, uključujući požare u Roleystone Kelmscott i Margaret River 2011. godine, tropski ciklon Rusty 2013. i mnoge druge. Glavni je trener za izvještavanje iz kriznih situacija u svojoj organizaciji. Knight prati zaposlene u šest radiostanica u zapadnoj

Australiji, od požarima i poplavama sklonog juga do ciklonima, požarima i poplavama sklonog sjevera.

Novinske organizacije tradicionalno imaju dvije uloge tokom kriznih situacija. Prva je da ljudima pruže informacije koje im trebaju kako bi reagirali na događaj. Ove informacije moraju biti jasne, pravovremene i nedvosmislene. Ovakve informacije često dolaze od vladinih službi, vojske, vatrogasaca, policije i drugih zvaničnih izvora.

Druga je uloga ona koju redakcije provode (ili bi trebale) svaki dan: podijeliti kritične informacije objektivno i bez pristrasnosti i predrasuda.

U današnje vrijeme, javlja se i treća uloga. Ljudi često o kriznim situacijama prvi put čuju na društvenim mrežama. Umjesto da budu oni koji prvi obavještavaju o krizi, novinske kuće se često nađu u ulozi ključnog drugog izvora informacija, filtera koji razdvaja signal od buke i glasina.

Dobra priprema je ključna da biste ljudima koji ih trebaju pružili istinite informacije – i da se osigurate od slučajnog širenja lažnih.

Šta možete učiniti da ljudima dostavite informacije koje su im potrebne da ostanu na sigurnom i da budete pouzdan izvor usred haosa i konfuzije? U ovom ćemo poglavlju proći kroz neke od jednostavnih načina da pripremite sebe i svoje kolege na kvalitetno i pravovremeno izvještavanje u kriznim situacijama.

Elementi pripravnosti

Prva stvar koju trebate odlučiti je koju će informacijsku ulogu igrati vaša organizacija. Da li izvještavate i/ili pomažete zajednici izdavanjem upozorenja i pravovremenih savjeta? Radio-televizija Australije razdvaja ove dvije funkcije. Naša redakcija izvještava, dok programi na lokalnom radiju i donekle na našem 24-satnom kanalu News24 izdaju službena upozorenja i savjete, a izvještavaju kasnije.

Pravila ABC-ja kažu da se program o kriznim situacijama sastoji od objavljivanja formalnih i službenih upozorenja vezanih za događaj i objavljivanja informacija drugih izvora, uključujući pozive slušatelja, društvene medije i tzv. recovery broadcasting, objavljivanje ličnih priča građana. Pravila se ne odnose na “osoblje i zaposlene ABC-jevog Odjela vijesti, čije je izvještavanje o kriznim situacijama izuzeto od ovih pravila”.

Lokalne informacije

Kada ste definirali uloge, sljedeći je korak da svoje ljude naoružate lokalnim informacijama

koje su im potrebne da brzo reagiraju i razumiju posljedice potencijalnih prijetnji. Ovo znači analizu kriznih situacija koje bi se mogle desiti u vašem području i pripremu za njih.

Neka od pitanja za razmatranje:

- Koje su najčešće i najvjerojatnije prirodne katastrofe koje se mogu dogoditi u vašem području?
- Koje vrste kriminalnih aktivnosti i kriznih situacija se dešavaju?
- Koje su kritične tačke na tom području (autoputevi, mostovi itd.)?
- Koje su kritične tačke na tom području (autoputevi, mostovi itd.)?
- Koji su rizični putevi i drugi infrastrukturni elementi koji bi mogli biti mjesto nesreće?
- U kojim dijelovima grada/susjedstvima ima bandi, pobunjeničkih grupa itd.?

Sada kada ste identificirali najvjerojatnije situacije, počnite sa prikupljanjem liste autoriteta i službenih i neslužbenih – koji bi o ovim temama mogli dati korisne informacije.

Ovo uključuje humanitarne radnike volontere (imaju li Twitter? Facebook? Možete li već napraviti listu njihovih naloga?), te lokalne eksperte sa univerziteta, iz vladinih i nevladinih organizacija, predstavnike za štampu važnih agencija, kompanija i drugih organizacija.

Prikupite telefonske brojeve, Twitter profile, Facebook stranice i stavite sve to u centralni, svima lako pristupačan format, bez obzira na to da li se radi o bazi podataka, tabeli ili nečem drugom. Organizirajte svoje kontakte po vrsti situacije u kojoj bi mogli biti od najveće pomoći.

Izgradnja odnosa sa kontaktima

Svaki novinar i humanitarni radnik treba kontakte. Ali ovdje se ne radi samo o telefonskim brojevima i sličnim detaljima – radi se o stvaranju odnosa. O pouzdanim izvorima koje možete nazvati da tražite kvalitetne informacije. O izvorima koji vam mogu vjerovati.

Ovo povjerenje se neće jednostavno razviti tokom krizne situacije.

Morate biti proaktivni. Ukoliko je moguće, sastanite se sa svojim izvorima uživo, pozovite ih da posjete vašu redakciju, kancelarije i objekte. Pokažite im šta radite sa informacijama koje dobijete od njih. Objasnite kako ćete im pomoći u prenošenju poruke ljudima koji je trebaju. Odvojite vrijeme da ih posjetite i vidite kako rade u kriznim situacijama. Pokušajte da razumijete njihove procedure i pritisak pod kojim rade. To što vas lično poznaju pomoći će vam da dobijete prvenstvo kada su zauzeti i zatrpani zahtjevima za informacije.

Pored odnosa sa ključnim osobljem hitnih službi i drugih organizacija/agencija, razmislite i o odnosu sa svojom publikom.

Da li oni znaju da ćete im vi omogućiti pravovremene informacije? Da li znaju u koje ih vrijeme mogu vidjeti ili čuti? Da li znaju koje usluge pružate – ili ne pružate – u slučajevima kriznih situacija?

Za redakcije, priče o spremnosti na katastrofu jedan su od načina da publici date na znanje da ćete u kriznoj situaciji biti izvor informacija koje im mogu biti od pomoći. Naprimjer, ABC

objavljuje izvještaje o tome [kakva bi nadolazeća sezona požara mogla biti](#), te [uputstva za pakiranje pribora za prvu pomoć](#). Ovu vrstu sadržaja mogu nuditi redakcije, humanitarne organizacije i druge agencije i on priprema publiku na to kako im možete biti od pomoći.

Također je važno uspostaviti dotok informacija u suprotnom smjeru. Vaša publika i zajednica bit će dragocjen izvor informacija u kriznoj situaciji. Potaknite ih da vam se jave telefonom, e-mailom ili SMS-om sa informacijama. Ovo možete pokrenuti slanjem informacija o saobraćajnim gužvama, slikama vremenskih prilika i slično.

Obuka osoblja

Mi u ABC-ju počinjemo Planom za krizno izvještavanje. U njemu se nalaze jasne instrukcije o tome kako u programu tretirati službena upozorenja, kao i informacije poput mapa pokrivenosti programom, tako da znamo da upozorenja dolaze do pogođenih područja.

U Planu imamo i informacije koje voditelji programa mogu koristiti da bi pomogli ljudima. Informacije dolaze od različitih hitnih službi. Naprimjer: “Napunite kadu vodom tako da, ako padne pritisak vode, imate čime ugasi manje vatre” ili “Pričvrstite zaštitne prozore. Prekrijte daskama ili čvrsto zalijepite izložene prozore”.

Dio pripravnosti trebao bi biti i prikupljanje savjeta koje, u slučaju potrebe, možete ponuditi javnosti, a možete ih prikupiti tokom pripremnih kontakata sa izvorima.

Uspostavite interne procedure koje zahtijevaju ponovni kontakt sa izvorima da bi se provjerilo da su informacije još uvijek važeće. Ovo ažuriranje može se unijeti u redovan raspored ukoliko je vaše područje sklono vremenskim nepogodama.

U sjevernoj Australiji, naprimjer, cikloni su veliki problem, ali su i donekle predvidivi u smislu da postoji sezona kada se najčešće dešavaju. Prije sezone ciklona, ažuriraju se lokalni planovi, zovu se hitne službe da se provjere informacije i kontakti. Osoblje organizira sastanke na kojima se u malim grupama prolazi kroz uspostavljene procedure.

Ovo ne samo da osigurava ažurnost informacija, nego i pomaže u ponovnom uspostavljanju odnosa koji su možda zanemareni u periodu zatišja.

Alat koji je veoma koristan u obuci osoblja su situacioni testovi bazirani na prethodnim iskustvima. One ih prisiljavaju da razmišljaju o tome šta bi oni uradili u takvoj situaciji, što ponekad dovodi i do žestokih diskusija o najboljim praksama. Tehnologija i alati se brzo mijenjaju, tako da ovo može biti dobar način da osoblje ostane upućeno u nove tokove.

Ovo su primjeri situacionih testova koje koristimo:

- Šta treba uraditi kada su najavljene katastrofalne vremenske nepogode?
- Šta treba uraditi kada se traži da evakuirate studio?
- Šta uraditi kada ste na svojoj redovnoj smjeni i stigne upozorenje?

Zdravlje i sigurnost na radu su ključni. Osigurajte adekvatnu obuku o ponašanju u rizičnim zonama za vaše osoblje. U Australiji, naprimjer, vatrogasne i hitne službe organiziraju treninge za medijske radnike koji izvještavaju iz zona požara i osoblje se ne šalje na

takav teren ako nisu završili ovaj trening.

Hitne službe često organiziraju treninge za novinare – o opasnostima kretanja na područjima požara, naprimjer. Učešće na ovim treninzima može biti od posebne važnosti ako je prolazak kroz barikade dopušten samo novinarima koji imaju certifikate ovakvih treninga. (Treninzi su za novinare također dodatni način stvaranja kontakata i izgradnje povjerenja.) U humanitarnim organizacijama, treninzi osoblja od izvanredne su važnosti budući da oni mogu znatno duže ostati na terenu.

Na kraju, nemojte zanemariti nove zaposlenike. Naša kuća ima pravilo o uvođenju novih zaposlenika u procedure kriznog izvještavanja u prve dvije sedmice nakon što počnu raditi. Krizne situacije ne čekaju godišnji trening!

Interna komunikacija

Nije dovoljno imati samo brze kanale komunikacije sa eksternim učesnicima. Morate kreirati procedure i komunikacijski plan i za vas i za kolege s kojima radite.

Neka od ključnih pitanja za razmatranje su:

* Kako ćete javljati ono što radite ostatku organizacije? * Ko odlučuje šta se objavljuje/dijeli/pušta u eter? * Da li vaša web stranica ima *paywall* (sekcije dostupne samo korisnicima koji plaćaju pretplatu) koji se ukida u slučaju krizne situacije? * Da li će stranica imati sekciju posvećenu kriznim dešavanjima? * Šta mora znati/uraditi vaš tim za tehničku podršku? A vaši urednici web stranice? Oni koji vode društvene medije organizacije? * Da li su vaši transmiteri i drugi ključni dijelovi infrastrukture na sigurnom?

Mi u ABC-ju smo razvili Situacioni izvještaj, koji se u slučaju krizne situacije putem e-maila distribuira svima. Ovo je način da se svi upoznaju s tim da postoji opasnost, koji je ABC-jev odgovor na nju i ko je interno odgovoran za rukovođenje situacijom.

“Sitrep”, kako ga zovemo, koristan je alat ne samo za internu komunikaciju nego i kao lista za provjeru za menadžere kada postoji opasnost od paralize procesa prevelikim dotokom informacija.¹

Uspostavili smo grupe za distribuciju e-mail poruka ključnom osoblju u svakoj od australijskih država i redovno ih održavamo da bismo olakšali distribuciju. Možete također koristiti i SMS-liste i druge načine da vašim ljudima dostavite informacije. (Mi koristimo Whispir, alat za interne e-mailove/SMS-ove, koji u slučaju udarnih vijesti šalje obavještenja.)

Tokom velikih kriznih situacija, kao što je to bio slučaj sa nedavnim šumskim požarima u New South Walesu, od ostatka mreže zahtijevamo da ne kontaktira tim koji radi na izvještavanju o krizi. Također tražimo od timova iz područja izvan onog pogođenog katastrofom da ne kontaktiraju hitne službe da ih ne bi preopteretili. Nekada odredimo jednu osobu koja je zadužena za zahtjeve izvana upravo sa ciljem da naš tim može nastaviti s poslom dostavljanja hitnih informacija ljudima koji su u opasnosti.

Kada se radi o verifikaciji, ključno je timu predstaviti i objasniti raspored i slijed posla u prikupljanju sadržaja i informacija, njihovom provjeravanju i konačnom (ne)odobravanju za objavljivanje. Ko vrši provjeru i ko pregleda urađeno? Kako osigurate da svaka jedinica

saržaja bude višestruko provjerena, a da u isto vrijeme radite brzo i izbacujete u javnost važne informacije?

Program za oporavak

Organizacije uvijek žele izvještavati i reagirati na vrhuncu katastrofe, ali pogođenim zajednicama može trebati mnogo mjeseci, čak i godina, da se oporave. Redakcije trebaju planirati da budu od koristi i nakon krizne situacije, da pruže podršku potrebnim informacijama. (Ovo nije toliko problem za humanitarne organizacije, koje ovaj aspekt smatraju jednim od prioritetnih.)

Pružanje podrške nakon katastrofe može stvoriti povjerenje prema vašoj organizaciji. Naime, ono na šta se pogođeni katastrofama najčešće žale u periodu nakon krize je osjećaj napuštenosti.

I svojim zaposlenima morate pomoći u oporavku. Sastanak nakon krizne situacije neophodan je da bi ljudi mogli reći šta im je na umu i da biste mogli razumjeti šta se desilo kako biste sljedeći put mogli poboljšati proces. Jer sljedećeg puta će biti.

Osoblje također treba provjeriti pojedinačno. Ovakvi događaji često mogu biti traumatični i ne samo za one koji fizički idu u opasnu zonu. Zaposleni su možda lično pogođeni, možda su im članovi porodice (bili) u opasnosti.

Nakon požara na Crnu nedjelju 2009. u Victoriji u Australiji, mnogi su se zaposleni žalili da su se osjećali bespomoćno nakon što su im se telefonom javljali očajni ljudi uhvaćeni u zoni požara.

Godinama nakon poplava u Queenslandu 2011. godine, osoblje koje je “izdržalo” sve to kasnije je imalo simptome posttraumatskog stresa.

Važno je da zaposleni i menadžeri prepoznaju simptome stresa na radnom mjestu i da imaju alate i resurse za pomoć na raspolaganju.

O kriznoj situaciji možete izvještavati i bez pripreme, ali vaše će izvještavanje biti efikasnije i manje stresno za vaše osoblje ako napravite plan, razvijete odnos sa vanjskim učesnicima, uspostavite kanale komunikacije unutar ogranizacije i osoblju osigurajte trening, podršku nakon događaja i efikasne sastanke.

Savjet za humanitarne organizacije

Humanitarne organizacije moraju uzeti u obzir ciljnu publiku za informacije. Da li ciljate na to da prikupite informacije i osigurajte ih svojim ljudima na terenu? Da li šalžete informacije medijima ili vladi? Da li komunicirate direktno sa javnošću putem društvenih medija?

Zapamtite: ako ljudima ne govorite o tome šta vaša organizacija radi..., ko to onda čini? Neko će to uraditi i informacije možda neće biti tačne. Pobrinite se da ne dođe do informacijskog vakuma.

Studija slučaja 8.1: Kako je stanica HNK News izvještavala o zemljotresu u Japanu 2011. godine i šta su naučili iz toga



Takashi Ōtsuki je zamjenik direktora Centra za katastrofe i meteorologiju na [NHK News](#) gdje je zadužen za pripremu za velike katastrofe i planiranje izvještavanja o njima. Prije toga je radio za regionalne urede ove kuće, u odjelu televizijskih vijesti i gradskih vijesti, gdje je “pokrivao” različite vrste prirodnih katastrofa, uključujući erupciju vulkana Mount Oyama na otoku Miyake, Mount Usu na sjeveru Japana i zemljotres u Izmitu u Turskoj 1999. godine.

Kada je poslijepodne 11. marta 2011. Japan pogodio veliki zemljotres, NHK, jedini javni RTV-servis u Japanu, na svom je glavnom kanalu upravo emitirao debatu uživo.

Japanska meteorološka agencija (JMA) izdala je upozorenje 30 sekundi nakon što je zemljotres detektiran i NHK je reagirao odmah ubacujući na ekran traku sa mapom (prikazano ispod). Ona je prikazivala epicentar zemljotresa i područja koja su mogla očekivati podrhtavanja, a grafiku je pratilo i zvučno upozorenje. (JMA objavljuje upozorenja bazirana na podacima koji stižu od seizmometara iz cijelog Japana.)

Minut nakon upozorenja, svi su se TV i radioprogrami NHK prebacili na izvještavanje uživo o zemljotresu i s njime povezanim upozorenjem o cunamiju.



NHK blisko saraduje sa JMA na održavanju visokih standarda spremnosti za katastrofe i brzom komunikaciji događaja. NHK je uspostavio sistem koji nam omogućava da brzo kreiramo grafike i automatski proizvedemo tekst za voditelje programa uživo. Svaki dan poslije ponoći, kada

ne emitiramo program, NHK održava treninge osoblja. (Ovo je praksa zato što konstantno pratimo i izvještavamo o zemljotresima.) Ovakva posvećenost pripremljenosti za katastrofe značila je da smo se odmah nakon što je zemljotres detektiran uspjeli prebaciti na izvještavanje uživo.

Spremnost na krizne situacije osoblja NHK ne oslanja se samo na upozorenja JMA. Mi također imamo mrežu od 500 robotskih kamera u svim većim gradovima, priobalnim područjima i oko nuklearnih elektrana. Ovo nam omogućava fantastičnu količinu snimaka

uživo kada se katastrofa desi. Naprimjer, tokom ovog zemljotresa, kamera je uhvatila val cunamija 30 minuta nakon što je zemljotres detektiran (vidi ispod).



Pored kamera, NHK je koristio i snimke iz zraka koje su napravili helikopteri da bi prikazali efekat zemljotresa i cunamija. Ovo je značilo da smo mogli uživo prikazati nezaboravne prizore cunamija koji nosi kuće u Sendaiju – jedva sat nakon zemljotresa (kao što je prikazano ispod).

Do 2014. planiramo imati 15 helikoptera stacioniranih na 12 lokacija širom Japana. Ovo će nam omogućiti da dođemo do bilo koje lokacije u zemlji unutar jednog sata i izvještavamo odatle.



NHK se također potrudio da snimke zemljotresa proširi putem različitih platformi. Televizijski i radioprogram uživo emitirani su na platformama poput Ustream i Niconico Live. Bili smo zatrpani zahtjevima ljudi koji su tražili informacije o svojim bližnjima. Da bismo ovo obradili na tolikom nivou, sve

informacije koje smo imali postavljali smo na [Google Person Finder](#), koji “pomaže ljudima da se ponovo povežu sa prijateljima i porodicom nakon prirodnih i humanitarnih katastrofa”.

Prilagođavanje i usavršavanje

Nakon zemljotresa, NHK je preispitao naš pristup izvještavanju o katastrofama, sa ciljem da uočimo slabe tačke i poboljšamo ono što već radimo. Ovo je pet inicijativa koje smo

pokrenuli:

1. Poboljšali smo izvještavanje o katastrofama kako bismo zajamčili da se može razumjeti i vizuelno i auditivno. Naše dotadašnje izvještavanje stavljalo je akcent na distancirani pristup baziran na činjenicama, fokusiran prije svega na komuniciranje detalja zemljotresa (kao što su epicentar, očekivana visina cunamija itd.). Danas će voditelj, u slučaju velike krizne situacije i kada je to potrebno, gledatelje odmah pozvati na evakuaciju. Voditelji ovo naglašavaju mirno, da ne bi izazvali paniku. Pored toga, koristimo i vizuelne grafike koje se mogu pojaviti kad god je izdat poziv za evakuaciju (vidi ispod). Na ovaj način, i ljudi koji imaju oštećen sluh mogu dobiti neophodne informacije.



2. Neposredno nakon zemljotresa 2011. godine, mnogi su se mediji, da bi izvijestili o stanju sa nuklearnim elektranama, oslanjali na saopćenja za štampu vlade i kompanije za proizvodnju električne energije. Ovo

je djelimično bilo zbog toga što je pristup elektranama bio ograničen i nismo sami mogli verificirati informacije. Da bismo se bolje pripremili i osigurali da možemo predstaviti službene informacije u tačnom kontekstu, sada svoje novinare obučavamo u naučnim i specijaliziranim temama. Također, tražimo i predstavljamo mišljenja različitih eksperata i objavljujemo predviđanja o posljedicama zemljotresa i incidenata u nuklearnim postrojenjima.

3. Ljudi iz područja pogođenih zemljotresom koristili su društvene medije kako bi se povezali sa lokalnim novinama i radiostanicama i jedni sa drugima. Da bismo bili sigurni da naši reporteri efikasno koriste društvene medije u izvještavanju o katastrofama, NHK je razvio nove smjernice koje osiguravaju protokole za korištenje sadržaja koji proizvode korisnici, kao što je npr. uključivanje oznaka o nivou verifikacije koji smo uspjeli postići sa određenom informacijom. Smjernice također uključuju savjete o tome kako identificirati lažne informacije. Pored toga, formirali smo tim za "društveno slušanje", koji se fokusira na praćenje i verifikaciju društvenih

medija. Tim (prikazan ispod) koristi Twitter liste za prethodno uspostavljanje mreže pouzdanih izvora za bolje praćenje i provjeravanje kada se događaj desi.

ネットの情報
災害報道にどう生かす

4. NHK je razvio vlastitu platformu za korisnički sadržaj | NHK ScoopBox. Platforma prikuplja lične podatke i lokaciju korisnika, što olakšava direktni kontakt i potvrđivanje sadržaja koji pošalju. Kada je u septembru 2013. tornado pogodio regiju Kanto,

ScoopBox nam je omogućio da prikupimo i verificiramo 14 pojedinačnih korisničkih sadržaja koje smo emitirali na lokalnom i državnom nivou.

5. Nakon zemljotresa izgubili smo sliku sa nekoliko naših robotskih kamera zbog nestanka struje u područjima pogođenim cunamijem. Zbog veličine štete, te sigurnosnih restrikcija u Fukushimi, ekipe NHK nisu bile u mogućnosti ponovo napuniti kamere. Da bismo ovo izbjegli u budućnosti, NHK je razvio sistem napajanja putem solarne energije i vjetrova i način da ga sigurno smjesti u robotske kamere. (Ispod su slike koje prikazuju kamere NHK i solarne panele koji ih pokreću.)



Poglavlje 9: Kreiranje verifikacijskih procedura i procesa



Craig Silverman je poduzetnički novinar i osnivač i urednik bloga [Regret the Error](#), stranice Poynter Instituta koja se bavi medijskim greškama, tačnošću i verifikacijom. Silverman je razvio i [kurs](#) o verifikaciji u digitalnom dobu za Poynterov News University. Direktor je sadržaja za [Spundge](#), platformu koja profesionalcima omogućava da razvijaju i monetiziraju svoju ekspertizu putem sadržaja. Jedan je od pokretača online startupa OpenFile, koji se fokusira na lokalno izvještavanje u šest kanadskih gradova. Autor je knjige Priznajte grešku: Kako novinarske greške zagađuju medije i ugrožavaju slobodu govora, a za svoj rad primio je priznanja Američkog kluba štampe, Udruženja izvještača o kriminalu Kanade i Državne nagrade za magazine Kanade. Tvita pod imenom [@craigsilverman](#).



Rina Tsubaki vodi i koordinira inicijative "[Priručnik za verifikaciju informacija](#)" i "[Krizno izvještavanje](#)" pri [Evropskom centru za novinarstvo](#) u Holandiji. Inicijativa za krizno izvještavanje prikuplja resurse za medijske profesionalce koji izvještavaju o kriznim situacijama sa terena. Tsubaki je često o ovim temama govorila na različitim događajima, uključujući sastanak UN-a i Međunarodni festival novinarstva. Ranije je vodila nekoliko projekata fokusiranih na ulogu građana u medijskom svijetu koji se konstantno mijenja, a 2011. bila je glavni saradnik na [izvještaju koji je Internews Europe sastavio](#) o komunikaciji tokom zemljotresa u Japanu u martu 2011. godine. Tsubaki je također saradivala sa japanskim regionalnim dnevnim listom Hokkaido Shimbun. Tvita pod imenom [@wildflyingpanda](#).

Osnove verifikacije

- Prije nego što se desi katastrofa ili druga udarna vijest, kreirajte plan i procedure verifikacije.
- Verifikacija je proces. Put do verifikacije može varirati kod svake informacije.
- Verificirajte izvor i njihov sadržaj.
- Nikada nemojte slijepo ponavljati ili vjerovati izvorima bez obzira na to da li su svjedoci, žrtve ili predstavnici vlasti. Izvještaji iz prve ruke mogu biti netačni ili manipulativni, potaknuti emocijama, manjkavim pamćenjem ili ograničenom perspektivom.
- Postavite izvoru pitanja "Kako to znate?" i "Kako još to znate?"
- Uporedite informacije koje dobijete od njih sa drugim pouzdanim izvorima, uključujući dokumentaciju poput fotografija i audio/videosnimaka.
- Postavite sebi pitanje: "Da li znam dovoljno da verificiram?". Da li znate dovoljno o temama koje zahtijevaju razumijevanje kulturoloških, etničkih, religijskih kompleksnosti?
- Saradujte sa članovima tima i ekspertima, nemojte sve raditi sami.

Verifikacija korisničkog sadržaja

- Krenite od pretpostavke da je sadržaj netačan ili da je skinut, izrezan, kopiran i/ili preuzet u drugom kontekstu.
- Pratite ove korake za verifikaciju korisničkog sadržaja: 1. Identificirajte i verificirajte

originalni izvor i sadržaj (uključujući lokaciju, datum i približno vrijeme), 2. uUporedite i ispitajte izvor, 3. Nabavite dozvolu od autora/izvora za korištenje njihovog sadržaja (fotografije, video, audio).* Uvijek prikupite informacije o korisnicima koji su postavili sadržaj i verificirajte ih što više prije nego što ih kontaktirate i direktno upitate da li su zaista žrtva, svjedok ili autor sadržaja.

1. Identificirajte i verificirajte originalni izvor i sadržaj (uključujući lokaciju, datum i približno vrijeme)

Porijeklo

Prvi korak verifikacije korisničkog sadržaja je identificirati originalni sadržaj, bilo da se radi o tvitu, fotografiji, videu, SMS-u itd. Neka od pitanja od kojih možete početi:

- Možete li pronaći isti ili sličan sadržaj negdje drugo na internetu?
- Kada je prva verzija sadržaja postavljena na internet/snimljena/podijeljena?
- Možete li identificirati lokaciju? Da li sadržaj ima geografsku oznaku?
- Da li sadržaj vodi na neku web stranicu?
- Možete li identificirati osobu koja je podijelila/postavila sadržaj i kontaktirati je za više informacija? (Pogledajte sekciju "Izvor" ispod.)

Kada radite sa fotografijama i videosnimcima, koristite Google Image Search ili alat TinEye za obrnutu pretragu fotografija/početne slike videa. Ukoliko dobijete više rezultata za istu fotografiju, kliknite na "pogledaj druge veličine" da pronađete verziju sa najvećom rezolucijom. To je obično originalna fotografija.

Za verifikaciju porijekla fotografija:

- Koristite *Google Image Search* ili TinEye za obrnutu pretragu fotografija/početne slike videa. Ukoliko dobijete više rezultata za istu fotografiju, kliknite na "pogledaj druge veličine" da pronađete verziju sa najvećom rezolucijom. To je obično originalna fotografija.
- Provjerite da li fotografija ima metapodatke (EXIF podatke). Koristite softver poput Photoshopa ili besplatne alate kao što je Fotoforensics.com ili Findexif.com da dobijete informacije o tipu kamere, vremenu kada je snimljena (oprez: vrijeme na kameri je možda namješteno na tvorničke postavke) i dimenzije originalne fotografije.
- Društvene mreže poput Twittera, Facebooka i Instagrama skidaju većinu metapodataka. Flickr je izuzetak. Umjesto toga, idite na sajt Geofeedia i Ban.jo da identifikirate GPS podatke mobilnog uređaja s kojeg su fotografije postavljene.

Za verifikaciju porijekla videa:

- Koristite skraćenice, imena mjesta i druge imenice, ovo su dobre ključne riječi za pretragu platformi za dijeljenje videosadržaja kao što su YouTube, Vimeo i Youku.
- Kada radite sa sadržajem na stranom jeziku, koristite Google Translate.
- Da biste pronašli najraniju verziju videa koji odgovara ključnim riječima, koristite filter za

datum.

- Za obrnutu pretragu početne slike videa (thumbnail) koristite Google Image Search ili TinEye.

Izvor

Kada ste identificirali originalni sadržaj, prikupite informacije o autoru/izvoru sadržaja. Cilj je utvrditi da li je osoba iza profila pouzdan izvor. Ispitajte korisnikov digitalni trag postavljanjem ovih pitanja:

- Možete li potvrditi identitet i kontaktirati korisnika?
- Da li već poznajete ovaj profil? Da li su njegovi prijašnji sadržaji i izvještaji bili pouzdani?
- Provjerite korisnikovu historiju na toj društvenoj mreži:
 - Koliko je korisnik aktivan na tom profilu? O čemu govori, šta dijeli?
 - Koje su biografske informacije vidljive na profilu? Da li ima linkove koji vode negdje drugo?
 - Kakvu je vrstu sadržaja ranije postavljao?
 - Gdje korisnik živi, sudeći prema historiji profila?
- Provjerite s kim je povezan na društvenoj mreži:
 - S kim je prijatelj, ko ga prati?
 - Koga on prati?
 - S kim komunicira?
 - Da li se nalazi na nečijim listama?
- Pokušajte pronaći druge profile povezane sa istim korisničkim imenom/nadimkom na drugim društvenim mrežama da biste pronašli više informacija:
 - Ako pronađete pravo ime, ubacite ga u neki od online pretraživača ljudi (Spokeo, White Pages, Pipl.com, WebMii) da pronađete adresu, e-mail i telefonski broj.
 - Provjerite druge društvene mreže, poput LinkedIna, da biste saznali čime se osoba bavi.
- Provjerite da li je verificirani Twitter ili Facebook profil zaista verificiran tako što ćete mišem preći preko plavog znaka za potvrđeni nalog. Ukoliko su ove mreže zaista verificirale profil, pojavit će se balončić u kojem piše “verificirani profil” ili “verificirana stranica”.

Kada radite sa fotografijama ili videom, stavite se u poziciju snimatelja. (Ovo su pitanja koja pomažu u verifikaciji tekstualnih informacija.) Postavite sebi ova pitanja o izvorima da biste provjerili njihovu pouzdanost:

- Ko su?
- Gdje su?
- Kada su tu stigli?
- Šta vide (i šta prikazuje njihova fotografija/snimak)?
- Gdje stoje?
- Zašto su tu?

Povežite njihovu aktivnost sa drugim online profilima koje održavaju postavljajući ova pitanja:

- Pretražite Twitter i Facebook koristeći jedinstveni kod videa – da li ima profila koji se mogu povezati sa ovim videom?
- Da li su drugi profili – Google Plus, blog, web stranica – izlistani na profilu videa ili na neki drugi način povezani sa korisnikom koji ga je postavio?
- Koje informacije o lokaciji, aktivnosti, pouzdanosti i mogućim pristrasnostima nude ovi povezani profili?
- Koliko dugo su aktivni ovi profili? Koliko su aktivni? (Što su duže i više aktivni, veća je vjerovatnoća da su pouzdani.)
- S kim su ovi profili povezani i šta nam to govori o korisniku?
- Možemo li pronaći informacije o povezanoj web stranici na servisu whois?
- Da li je osoba navedena u lokalnom telefonskom imeniku, na Sporeko, Pipl.com, WebMii ili na LinkedInu?
- Da li njen društveni krug na mrežama sugerira da je blizu priče/lokacije?

Sadržaj

Datum

Verificirajte datum i približno vrijeme, posebno kada radite sa fotografijama/videosnimcima:

- Provjerite informacije o vremenskim prilikama na dan i na mjestu kada se događaj desio. Da li se vremenski uvjeti slažu sa lokalnom vremenskom prognozom i drugim videosnimcima istog događaja? Koristite servis Wolfram Alpha za pretragu (npr.: “Kakvo je bilo vrijeme u Londonu, Velika Britanija, 20. januara 2014. godine”?).
- Pretražite medijske izvore za izvještaje o događajima tog dana.
- Koristeći pretragu fotografija i videa (YouTube, Google, TinEye itd.), provjerite da li na internetu postoji sadržaj sa istog događaja koji ima raniji datum. (Zapamtite da YouTube videosnimke obilježava pacifičkim standardnim vremenom u trenutku kada *upload* počne.)
- Za fotografije i video, pogledajte (i poslušajte) da li možete identificirati elemente datuma/vremena, kao što su satovi, televizijski ekrani, naslovnice novina itd.

Lokacija

Još jedan ključni aspekt verifikacije je lokacija sadržaja:

- Da li sadržaj uključuje automatsku geografsku oznaku (geotag)? (Servisi kao što su Flickr, Picasa i Twitter nude opciju uključivanja lokacije, mada ona nije bez mana.)
- Pronađite referentne tačke koje se mogu uporediti sa satelitskim snimcima i geotagovanim fotografijama, kao što su npr.:
 - Znakovi/natpisi na zgradama, imena ulica, registracije vozila, reklame itd. Koristite Google Translate ili free.orc.com da ih prevedete.
 - Uočljivi dijelovi ulica/okoliša kao što su planine, drvoredi, litice, rijeke itd.
 - Značajne građevine i zgrade poput crkava, minareta, stadiona, mostova itd.

- Koristite Google Street View ili Google Maps funkciju “Slike” da provjerite da li neke od geotagovanih fotografija odgovaraju lokaciji na videu/fotografiji.
- Koristite Google Earth da ispitajte starije slike/videosnimke, pošto tu imate opciju pregleda arhivskih satelitskih slika. Koristite opciju prikaza terena na Google Earthu.
- Koristite servis Wikimapia, *crowdsourc*e verziju Google Maps, za identificiranje značajnih građevina.
- Vremenski uvjeti poput sunca ili sjene mogu pomoći u određivanju doba dana. Koristite servis Wolfram Alpha da pronađete informacije o vremenskim prilikama za određeno vrijeme i mjesto.
- Registarske oznake vozila
- Odjeća

Za videosnimke:

- Ispitajte jezik/e koji se govore u videu. Provjerite da li akcenti i dijalekti odgovaraju geografskoj lokaciji. Imajte na umu da Google Translate ne daje tačne prijevode za neke jezike. Zamolite one koji govore određeni jezik za pomoć.
- Da li su opisi korisnikovih videa konzistentni i uglavnom sa iste lokacije?
- Da li su označeni datumom?
- Ako korisnik na svojim videoklipovima koristi neki logo, da li se on pojavljuje na svim videosnimcima? Da li odgovara avataru na korisnikovom YouTube ili Vimeo profilu?
- Da li korisnik “skida” videosnimke medijskih organizacija i drugih korisnika ili postavlja samo svoj vlastiti sadržaj?
- Da li korisnik piše na kolokvijalnom jeziku ili dijalektu koji se može identificirati u naraciji snimka?
- Da li su videosnimci na profilu jednakoga kvaliteta? (Da biste ovo provjerili, na YouTubeu idite na opciju “Postavke” i onda “Kvalitet” da vidite koji je najbolji dostupni kvalitet snimka.
- Da li opisi videa imaju nastavke poput .AVI ili .MP4 u naslovu? Ako imaju, to bi moglo značiti da su postavljeni direktno sa mobilnog uređaja.
- Da li u opisu videa stoji “*Uploaded via YouTube Capture*”? Ovo bi moglo značiti da je video snimljen mobilnim telefonom.

2. Uporedite informacije i ispitajte izvor

Kada prođete kroz sve ove korake, postavite sebi sljedeća pitanja:

- Da li fotografije/video/sadržaj imaju smisla u kontekstu u kojem su snimljeni?
- Da li nešto izgleda kao da ne pripada tu?
- Da li se neki od detalja ili odgovora koje ste dobili od izvora ne poklapaju?
- Da li su medijske organizacije objavile slične fotografije/snimke?
- Da li Snopes nudi išta vezano za sadržaj koji istražujete
- Da li nešto izgleda čudno ili previše dobro da bi bilo istinito?

Kada kontaktirate izvor, postavljajte direktna pitanja i uporedite odgovore sa informacijama do kojih ste došli sami. Provjerite da li se odgovori poklapaju sa rezultatima vašeg istraživanja.

Za fotografije:

- Kada postavljate pitanja, osvrnite se na ono što znate iz EXIF i/ili geolokacijskih podataka sa alata poput Google Street Viewa ili Google Mapsa.
- Tražite da vam pošalju druge fotografije snimljene u isto vrijeme kada i fotografija koju istražujete.
- Ako je fotografija sa opasne lokacije, uvijek prvo provjerite da li osoba može sigurno razgovarati sa vama.

Za video:

- Ukoliko imate sumnje o tome kako je video nastao, koristite softver za uređivanje videosnimaka kao što je VLC (besplatan), Avidemux (besplatan) ili Vegas Pro (licenciran) da biste video razdvojili na kadrove od kojih je sastavljen.

3. Nabavite dozvolu od autora/izvora za korištenje njihovog sadržaja

Zakoni o autorskim pravima variraju od zemlje do zemlje, a uvjeti korištenja od servisa do servisa. Neophodno je dobiti dozvolu za korištenje fotografija, videa ili drugog sadržaja.

Kada tražite dozvolu:

1. Jasno navedite koju fotografiju/video želite koristiti.
2. Objasnite kako ćete je koristiti.
3. Razjasnite kako autor želi da se imenuje. Da li želi da navedete njegovo pravo ime, nadimak ili želi ostati anonimn?
4. Razmotrite moguće posljedice korištenja sadržaja i/ili imena osobe. Da li je neophodno zamagliti lica iz razloga privatnosti i sigurnosti? Da li će autor/osoba koja je sadržaj postavila na internet biti u opasnosti ako navedete njeno pravo ime?

Priprema za uspješnu verifikaciju u situacijama krize i udarnih vijesti

Ovo su neki od savjeta za kreiranje uspješnog procesa verifikacije:

1. Izgradite i održavajte mrežu pouzdanih izvora
 - Izgradite listu pouzdanih izvora koja uključuje i službene i neslužbene izvore, poput volontera, akademskih stručnjaka, nevladinih organizacija, vladinih ureda itd. Prikupite ne samo njihove profile na društvenim mrežama nego i brojeve telefona i e-mail adrese i stavite ih u bazu podataka/tabelu koju može koristiti cijeli tim.
 - Kreirajte Twitter liste organizirane na osnovu tema ili geografske lokacije. Pronađite pouzdane izvore putem Twitterove napredne pretrage i praćenjem određenih hashtagova. Možete koristiti i Facebook interesne liste i Google Plus krugove,

pretplatiti se na YouTube kanale i kreirati plej-liste.

- U masi korisnika postoje izvori koji su, profesionalno ili van profesije, razvili ekspertizu za određena područja. Postoje, također, izvori na određenoj fizičkoj lokaciji.
- In the crowd, there are reliable sources who developed, either professionally or non-professionally, expertise in a specific topic area. There are also sources in a specific physical location.
- Izgradite povjerenje komunicirajući putem društvenih mreža i uživo. Pitajte svoje izvore da vam preporuče i/ili pomognu verificirati druge izvore. Interakcijom s njima naučit ćete koje su im jake i slabe strane, pristrasnosti i druge faktore.

2. Identificirajte ulogu koju vi/vaša organizacija ima trenutno i u eventualnoj kriznoj situaciji

- Odredite svoju ulogu u kriznoj komunikaciji.
- Odredite kako biste trebali efikasno komunicirati u kriznoj situaciji.
- Razmislite s kim želite komunicirati, koje su informacije korisne za vašu ciljnu grupu, kakvu vrstu jezika trebate koristiti kada im se obraćate.
- Napravite strukturu internih komunikacija podjednako potpunu kao i onu za eksterne komunikacije.

3. Obučite, informirajte i podržite zaposlene i kolege

- Uspostavite komplet alata, slijed posla, odobrenja i komunikacijske procedure za krizne situacije.
- Organizirajte situacione treninge bazirane na scenarijima, posebno za one koji žive u područjima sklonim određenim tipovima katastrofa.
- Organizirajte situacione treninge bazirane na scenarijima, posebno za one koji žive u područjima sklonim određenim tipovima katastrofa.
- Pripremite scenarije/poruke koje će se koristiti tokom određenih kriznih situacija.
- Planirajte redovnu provjeru ključnih izvora kako biste osigurali da su njihove kontakt-informacije ažurirane.
- Informirajte zaposlene nakon izvještavanja i prilagodite krizne planove i trening novim saznanjima.
- Ne potcjenjujte “traumu” i “stres” koji nastaju nakon izvještavanja iz kriznih područja. Pružite podršku kada je potrebna.

Dodatak 9.1: Procjena i minimiziranje rizika kod korištenja korisničkog sadržaja



Kao urednik za ljudska prava na kanalu WITNESS, Madeleine Bair predvodi tim izvora, verificira i postavlja u kontekst videosnimke građana koji prikazuju kršenja ljudskih prava širom svijeta. Prije toga, putovala je svijetom skoro deceniju kao reporter za novine, radio i multimedijalne programe. Njene priče objavljene su u Washington Postu, San Francisco Chronicleu i Orionu, te na programima “The World” i “POV” mreže PRI.

Fotografije i videosnimci koji dolaze iz dijelova svijeta poznatih po represiji i političkom nasilju ili koji prikazuju ranjive populacije sobom donose rizike koji idu dalje od toga da li je sadržaj lažan ili manipuliran. U ovim situacijama, pojedinci iza i ispred kamere su možda u opasnosti od hapšenja, maltretiranja, mučenja ili smrti. Ova se opasnost može povećati ako međunarodni mediji objave snimke.

Primjer ovoga smo vidjeli tokom Zelene revolucije u Iranu 2009. godine, kada je [Islamska revolucionarna garda](#) koristila fotografije i videosnimke sa interneta da pronađe učesnike protesta i identificira ih, što je užasnulo aktivističku zajednicu.

Objavljivanje identiteta [pojedince stavlja u opasnost od represivnih vlasti](#) i može voditi i društvenoj stigmi, koja ima potencijalno teške posljedice. Kao što se medijske organizacije drže određenih standarda u zaštiti žrtava silovanja, tako bi novinari trebali razmotriti iste standarde kada koriste videosnimke ranjivih ljudi, posebno ako se čini da su snimljeni bez pristanka.

Naprimjer, američki online mediji su 2013. godine izvijestili o uznemiravajućem trendu maltretiranja LGBT omladine u Rusiji. Mnogi od objavljenih tekstova sadržavali su fotografije i videosnimke koje su počinitelji snimili prilikom maltretiranja svojih žrtava – ovakva vrsta eksponiranja [mogla bi doprinijeti šteti i stigmati](#) kojom su obilježene žrtve.

Novinari i drugi ne trebaju cenzurirati videosnimke aktivista koji svjesno rizikuju govoreći u javnosti ili dokumentirajući svoju zajednicu. Ali bi trebali poduzeti osnovne korake da identificiraju i na najmanju moguću mjeru svedu štetu za one koji nisu svjesni tih rizika ili koji nemaju sposobnost da daju svoju saglasnost za snimanje. U slučaju ruskih videosnimaka maltretiranja, jasno je da žrtve nisu dale pristanak da učestvuju u takvoj vrsti snimka.

Procijenite potencijalnu buduću štetu

Prvo, morate procijeniti da li bi fotografija ili video mogli nanijeti štetu onima koje prikazuju. Da li se oni nalaze u opasnom dijelu svijeta? Da li dijeljenjem informacija ili pojavljivanjem rizikuju odmazdu? Da li možete sa sigurnošću pretpostaviti da su ljudi prikazani na fotografijama/videosnimcima dali svoj pristanak za snimanje?

Ukoliko postoji rizik od štete, imate dvije opcije:

1. Nemojte prikazati fotografiju/snimak. Samo zato što snimak postoji, ne znači da treba biti podijeljen/objavljen/emitiran. Možemo o njemu izvještavati i na druge načine i

iskoristiti ga kao izvor informacija.

2. Zamagliti identitet osoba. Televizijske redakcije često zamagljuju lica ranjivih pojedinaca prilikom emitiranja. Ovo se može lako postići i sa fotografijama. U slučaju online videa, možete ponovo postaviti video na YouTube, koristeći njihovu opciju za zamaglivanje lica. Ovaj je alat kreiran da bi se zaštitio identitet ranjivih osoba u videosnimcima i može se pronaći pod “dodatnim opcijama” kada kliknete na *Video Enhancements* alat pri uređivanju videa. [Ovdje](#) je objašnjeno kako se koristi.

Kredo koji se pojavljuje u standardnim etičkim kodeksima za novinare, volontere i radnike na polju ljudskih prava je – svesti štetu na najmanju moguću mjeru. Odvojiti vrijeme za procjenu i smanjenje štete za pojedince prilikom korištenja društvenih medija jedan je od načina da se on provede u praksi izvještavanja 21. vijeka.

Dodatak 9.2: Savjeti za borbu s traumatičnim prizorima



Gavin Rees, novinar i autor filmova, direktor organizacije [Dart Centre Europe](#), koja predstavlja projekt Škole novinarstva Univerziteta Columbia u New Yorku posvećen promoviranju etičkih i inovativnih pristupa izvještavanju o traumi i nasilju. Prije toga, Gavin je producirao poslovne i političke vijesti za američke, britanske i japanske kanale, te radio na dramama i dokumentarnim filmovima za BBC, Channel 4 i nezavisne filmske kompanije. Gavin je također gostujući istraživač na Univerzitetu Bournemouth i član Odbora Evropskog društva za istraživanje traumatskog stresa i Društva za psihološku traumu Velike Britanije.

Prizori iz ratnih zona, scena zločina i prirodnih katastrofa često su jezivi i uznemirujući. Kada su prizori traumatični, događaji koji se dešavaju daleko mogu izazvati osjećaj kao da “cure” u lični prostor. Negativne reakcije, kao što su gađenje, anksioznost i bespomoćnost, nisu neobične kod novinara i forenzičkih analitičara koji rade sa takvim materijalom.

Iz istraživanja znamo da su medijski radnici visokootporna grupa: izloženost određenoj količini traumatskih prizora u većini slučajeva vjerovatno neće izazvati više od prolazne uznemirenosti. Ipak, opasnosti onoga što psiholozi zovu sekundarna ili posredna traumatizacija postaju značajne u situacijama kada je izloženost ponovljena, te dolazi do tzv. efekta laganog kapanja. Isto važi i kada je osoba lično povezana sa događajima – ukoliko je, naprimjer, neko koga poznaju povrijeđen.

Ovo je šest praktičnih stvari koje mediji i humanitarni radnici mogu uraditi da smanje teret traume:

1. **Shvatite s čim imate posla.** TP rva linija odbrane je poznavati neprijatelja: razmišljajte o traumatskim prizorima kao o radijaciji, toksičnoj supstanci čiji efekat zavisi od doze. Novinari i humanitarni radnici, baš kao i zaposleni u nuklearnim elektranama, imaju zadatak koji moraju obaviti, ali, u isto vrijeme, trebali bi preduzeti i razumne korake da nepotrebno izlaganje svedu na minimum.
2. **Uklonite nepotrebnu ponovljenu izloženost.** Da biste smanjili nepotrebno pregledanje uznemiravajućih prizora, revidirajte procedure sortiranja, obilježavanja i organizacije digitalnih dokumenata, između ostalog. Kada verificirate snimke poređenjem sa drugim izvorima, vođenje pismenih bilješki o glavnim karakteristikama snimka može smanjiti broj ponovljenih gledanja.
3. **Pokušajte prilagoditi okruženje.** Smanjivanje veličine prozora i prilagođavanje osvjetljenosti i rezolucije ekrana mogu umanjiti doživljaj snimka. I, ako možete, ugasite ton – on je obično najuznemiravajući dio.
4. **Eksperimentirajte sa različitim načinima uspostavljanja distance sa sadržajem.** Neki ljudi smatraju da, naprimjer, koncentriranje na određene detalje i izbjegavanje drugih, kao što su lica, pomaže. Razmislite o uvođenju privremenih filtera/maski za uznemiravajuće dijelove slike. Montažeri bi trebali izbjegavati ili veoma rijetko koristiti loop funkciju kada montiraju prizore smrti.
5. **Pravite česte pauze od ekrana.** Gledajte u nešto prijatno, hodajte okolo, protegnite

se ili tražite kontakt s prirodom (kao što su zelenilo i svjež zrak, npr.). Sve ovo može pomoći tijelu u borbi sa stresom. Posebno izbjegavajte rad sa uznemiravajućim sadržajem neposredno prije spavanja, kada je vjerovatnije da će vam “ući” u glavu.

6. **Kreirajte plan brige o sebi.** Raditi na udarnoj priči ili projektu dva, tri ili četiri puta više nego inače može biti primamljivo. Ali važno je sačuvati prostor za disanje izvan posla. Ljudi koji su visokootporni na traumu, kada su izloženi stresu, više vježbaju, bave se aktivnostima koje vole i investiraju vrijeme u društvene kontakte.

Dodatni savjeti za urednike i druge menadžere:

1. **Svaki član tima treba biti obaviješten o normalnim reakcijama na traumu.** Članovi tima trebaju razumjeti da različiti ljudi reagiraju različito, da se utjecaj može nakupiti vremenom i trebaju znati kako prepoznati kada oni ili njihove kolege moraju posvetiti više pažnje brizi za sebe.
2. **Odredite jasne smjernice o tome kako se čuva i distribuira uznemiravajući sadržaj.** Videoprijenosi, dokumenti i interne komunikacije povezane sa traumatskim prizorima trebali bi biti jasno obilježeni i distribuirani samo onima kojima materijal treba. Niko ne bi trebao biti prisiljen da gleda videosnimke koji nikada neće biti emitirani.
3. **Okruženje je važno.** Ukoliko je moguće, radna mjesta koja imaju posla sa nasilnim prizorima trebala bi imati prozore prema vani, a pomaže i unijeti biljke i druge prirodne elemente.

Poglavlje 10: Alati za verifikaciju

Verifikacija identiteta:

Koristite ove online alate za verifikaciju za pronalaženje kontakt-informacija i profila korisnika koji su aktivni na društvenim medijima

- [AnyWho](#): besplatni poslovni imenik sa funkcijom obrnute pretrage.
- [AllAreaCodes](#): omogućava korisnicima da pretraže bilo koje ime ili adresu uz telefonski broj. Servis je besplatan ako je broj izlistan u Bijelim stranicama i za malu sumu daju i neizlistane brojeve.
- [Facebook Graph Search](#): pregledan metod lociranja pojedinaca za verifikaciju informacija. Novinari ne moraju znati ime osobe koju traže, dovoljno je da pretragu vrše na osnovu lokacije, zanimanja i godina.
- [GeoSocial Footprint](#): web sajt na kojem se može pratiti “putanja” korisnika, kreirana od geolociranih tvitova, prijavljivanja na društvenim mrežama, pretraga po lokaciji (geocoding) i sakupljanja podataka sa profila.
- [Hoverme](#): ovaj dodatak za Google Chrome otkriva profile korisnika na drugim društvenim mrežama na osnovu Facebook *feeda*.
- [Identify](#): ovaj dodatak za Firefox kreira profil korisnikovih identiteta na društvenim medijima sa bilo koje stranice.
- [Linkedin](#): kroz poslovnu historiju i veze, LinkedIn može dati dodatne načine pronalaženja određenoga korisnika i verifikacije njegovog identiteta ili priče.
- [Muck Rack](#): izlistava hiljade potvrđenih profila novinara na Twitteru, Facebooku, Tumblru, Quori, Google+, LinkedInu.
- [Numberway](#): direktorij međunarodnih telefonskih imenika.
- [Person Finder](#): jedna od najpoznatijih otvorenih baza podataka na kojima možete tražiti status ljudi pogođenih katastrofama. Kad god se desi neka velika katastrofa, Googleov tim za krize kreira stranicu za potragu za ljudima.
- [Pipl.com](#): pretražuje korisnikov trag na internetu i može pomoći u identifikaciji putem profila na društvenim mrežama, javnih evidencija i kontakt-informacija.
- [Rapportive](#): ovaj dodatak za Gmail daje korisnicima profil kontakata, uključujući njihove profile na društvenim mrežama, lokaciju i zaposlenje.
- [Spokeo](#): pretraživač ljudi koji pojedince može pronaći po imenu, e-mail adresi, telefonskom broju ili nadimku. Rezultati su spojeni u jedan profil koji prikazuje spol, godine, kontakt- informacije, zanimanje, obrazovanje, bračni status, informacije o porodici, ekonomski profil i fotografije.
- [WebMii](#): pretražuje linkove koji u sebi sadrže određeno korisničko ime ili može identificirati neodređene osobe na osnovu ključne riječi. Daje procjenu vidljivosti na internetu koja može biti od koristi u identifikaciji lažnih profila.
- [WHOIS](#): pronalazi registrirane korisnike određene domene i daje detalje o datumu registracije, lokaciji i kontakt-detalje osobe na koju je web sajt registriran.

Verifikacija lokacije:

Da li se događaj zaista desio na mjestu na kojem se tvrdi da se desio?

- [Flickr](#): pretraga geolociranih fotografija.
- [free-ocr.com](#): iz fotografija izvlači tekst, koji se onda može ubaciti u Google Translate ili koristiti za pretraživanje na drugim servisima za mapiranje.
- [Google Maps](#): online mapa koja nudi satelitske i slike iz zraka visoke rezolucije. Pokriva većinu Zemlje, osim područja oko polova. Nudi niz opcija za pregled, uključujući terenski, vremenske informacije i 360 stepeni pregleda na nivou ulice.
- [Google Translate](#): može se koristiti za pronalaženje tragova o lokaciji (npr. znakova) napisanih na drugim jezicima.
- [Météo-France](#): francuska meteorološka agencija besplatno nudi radarske i satelitske slike, mape i klimatske podatke fokusirane na Evropu.
- [NASA Earth Observatory](#): servis kreiran za dijeljenje satelitskih slika i informacija sa javnošću. Funkcionira kao skladište globalnih vizuelnih podataka i besplatno nudi mape, slike i grupe podataka.
- [Panoramio](#): web sajt za dijeljenje fotografija koji sadrži milione geolociranih fotografija postavljenih na Google Maps.
- [Picasa](#): pretraga geolociranih fotografija.
- [United States ZIP Codes](#): internetska mapa SAD-a, podijeljena po poštanskim brojevima. Korisnici mogu tražiti određeni poštanski broj ili istraživati mapu, pregledajući informacije o različitim poštanskim brojevima.
- [Wikimapia](#): *crowdsourc*e verzija Google Maps, sadrži informacije i opise o značajnim mjestima i objektima.
- [Wolfram Alpha](#): pretraživač koji odgovara na pitanja koristeći strukturirane i odabrane podatke iz svoje baze znanja. Za razliku od internetskih pretraživača, koji daju listu relevantnih web-sajtova, Wolfram Alpha daje direktne, činjenične odgovore i relevantne vizuelizacije.

Verifikacija slika:

Da li je određena fotografija stvarni prikaz onoga što se događa?

- [Findexif.com](#): još jedan alat koji otkriva EXIF podatke fotografije.
- [Foto Forensics](#): ovaj web sajt koristi analizu na nivou greške (engl. error level analysis | ELA) da bi otkrio dijelove fotografije koji su možda izmijenjeni. ELA traži razlike u nivou kvaliteta fotografije, označavajući dijelove koji su možda promijenjeni.
- [Google Search by Image](#): pretraga po fotografiji ili URL-u fotografije, omogućava pronalaženje sličnih fotografija, web sajtova i drugih stranica na kojima se ona nalazi.
- [Jeffrey's Exif Viewer](#): online alat koji otkriva EXIF informacije o digitalnim fotografijama, uključujući datum i vrijeme, postavke kamere i, u nekim slučajevima, GPS lokaciju.
- [JPEGsnoop](#): besplatna Windows aplikacija koja može detektirati da li je fotografija izmijenjena. Unatoč svom imenu, može otvoriti i AVI, DNG, PDF, THM i JPEG formate. Iz fotografija izvlači i metapodatke, uključujući datum, tip kamere, postavke objektiva itd.

- [TinEye](#): pretraživač za obrnutu pretragu fotografija koji fotografije povezuje sa njihovim autorima, omogućavajući korisnicima da saznaju izvor fotografije, kako je korištena, da li postoje izmijenjene verzije i kopije visoke rezolucije.

Drugi korisni alati

- [AIDR platform](#): koristi ljudski i kompjuterski monitoring da pronađe glasine na Twitteru.
- [Ban.jo](#): prikuplja sve društvene medije na jednu platformu, omogućavajući poređenje fotografija i događaja.
- [Geofeedia](#): omogućava korisniku da pretražuje i pregleda društvene medije po lokaciji. Izborom lokacije, sadržaji sa Twittera, Flickr, YouTubea, Instagrama i Picase sa ovog područja prikazuju se u stvarnom vremenu. Geofeedia može biti od pomoći u procesu verifikacije upoređivanjem postova unutar određenog područja.
- [HuriSearch](#): omogućava pretragu sadržaja preko 5000 web sajtova o ljudskim pravima i nudi jednostavne filtere koji omogućavaju pronalaženje pouzdanih izvora.
- [InformaCam](#): aplikacija koja koristi metapodatke za otkrivanje vremena, datuma i lokacije fotografija ili videa. Korisnici mogu jedni drugima poslati svoje fajlove i njihove metapodatke koristeći digitalne potpise, šifriranje i sigurne TOR servere.
- [PeopleBrowse](#): alat i platforma na kojoj se mogu pratiti i sintetizirati vijesti i društveni mediji po lokaciji i vremenskom slijedu, što onda i dalje može biti filtrirano. Platforma također nudi rangiranje pouzdanosti mjerenjem utjecaja i dosega korisnikovih profila na društvenim mrežama.
- [SearchSystems.net](#): međunarodna baza otvorenih javnih evidencija.
- [Snopes.com](#): web sajt posvećen pobijanju internetskih prevara, može se koristiti za provjeru korisničkog sadržaja.
- [Verily platform](#): omogućava korisnicima da postavljaju određena pitanja i daju dokaze o istinitosti ili netačnosti određenog korisničkog sadržaja.
- [YouTube Face Blur](#): razvijen zbog brige za anonimnost pojedinaca koji se pojavljuju u videosnimcima visokorizičnih situacija, ovaj alat omogućava korisnicima da zamagle lica ljudi koji se pojavljuju u njihovim videoklipovima. Da biste ga koristili, prilikom postavljanja videa na YouTube izaberite opciju *Enhancements* i onda *Special Effects*. Ovdje možete izabrati opciju zamaglivanja lica u videu.

Dodatak: “Vizuelizirajte pravdu: Praktični vodič za povećanu dokaznu vrijednost videa za ljudska prava”

Kao što smo vidjeli iz studija slučaja i priča u ovom dragocjenom priručniku, sadržaj koji proizvode korisnici može biti od ključne važnosti u privlačenju pažnje na primjere kršenja ljudskih prava, ako ga je moguće verificirati. Ali mnogi autori videa i aktivisti žele da njihovi snimci učine i više. Oni očekuju da snimci koji prikazuju kršenje ljudskih prava mogu dovesti do provođenja pravde. Nažalost, kvalitet videa i drugog sadržaja koji šalju građani rijetko može proći kriterije potrebne da bi se koristio kao dokaz u sudnici.

Uz mala poboljšanja, snimci za koje građani i aktivisti često rizikuju svoje živote mogu učiniti više nego samo otkriti nepravdu – oni mogu poslužiti kao dokaz u krivičnim i civilnim parnicama. Najavljeni besplatni praktični vodič Vizuelizirajte pravdu: Praktični vodič za povećanu dokaznu vrijednost videa za ljudska prava ima za cilj da bude priručnik za građane i aktiviste na području ljudskih prava, koji žele koristiti video ne samo da dokumentiraju kršenja tih prava, nego i za ambiciozni krajnji cilj dovođenja njihovih počinitelja pred lice pravde.

Zašto praktični vodič?

Kada je manipulacija fotografijama jednostavna i kada je lako stvoriti lažni kontekst, više nije dovoljno samo snimiti i podijeliti primjere nepravde. Aktivisti koji kreiraju snimke za koje se nadaju da će ih koristiti ne samo novinari nego i istraživači i sudovi, moraju uzeti u obzir pitanja koja se navode u Priručniku za verifikaciju: Može li ovaj video biti verificiran? Da li je jasno gdje i kada je snimljen? Da li je mijenjan i uređivan? Moraju također razmotriti pitanja svojstvena pravosudnom sistemu: Da li je snimak relevantan za zločin protiv ljudskih prava? Da li se može dokazati njegovo porijeklo? Da li bi njegova korisnost u provođenju pravde bila veća od potencijala da ometa sprovođenje pravde?

Kome je namijenjen?

Primarna publika vodiča su ljudi koji rade na terenu i koji snimaju ili će potencijalno snimati primjere kršenja ljudskih prava. Ovo mogu biti građani novinari, aktivisti, reporteri iz zajednice ili istraživački ljudskih prava. Neki od njih možda već snimaju video u svom poslu i trebaju im smjernice kako da povećaju dokaznu vrijednost videa koji kreiraju. Drugi možda već istražuju ljudska prava tradicionalnim metodama, ali žele uključiti i videosnimke u svoje izvještaje o ljudskim pravima na način koji bi povećao njihovu kolekciju dokaznog materijala.

Sveobuhvatni vodič Vizueliziraj pravdu, koji je organizacija WITNESS kreirala zajedno sa kolegama iz područja ljudskih prava, obuhvata: * Ulogu videa u krivičnom procesu * Tehnike za snimanje videa sa većom dokaznom vrijednošću * Kako odlučiti koji sadržaj snimati * Upravljanje medijima da bi se sačuvao lanac odgovornosti za dokaze * Studije slučaja koje ilustriraju kako je video korišten u sudnici

Novinarstvo i pravda

Dok ovaj Priručnik za verifikaciju nudi inovativne načine analize korisničkog videa za novinare i humanitarne radnike, Praktični vodič za povećanu dokaznu vrijednost videa za ljudska

prava organizacije WITNESS isto pitanje gleda sa druge strane novčića, nudeći metode koje će autorima filmova omogućiti da njihovi snimci budu što je moguće vredniji u otkrivanju kršenja ljudskih prava i provođenju pravde. Zajedno, ova dva resursa mogu pomoći u tome da više kamera u više ruku dovede do boljeg novinarstva i veće pravde.

Više informacija

Za praćenje najnovije verzije priručnika, zabilježite web-sajt organizacije WITNESS, www.witness.org.