

DORACAK I VERIFIKIMIT

UDHËZUES PËRFUNDIMTAR PËR VERIFIKIMIN E PËRMBAJTJEVE DIGJITALE PËR RAPORTIM MBI EMERGJENCAT

ЦЕНТАР за РАЗВОЈ на МЕДИУМИ

BE-ja me TY

DORACAK I VERIFIKIMIT

INDEX

KAPITULLI 1: KUR DALIN LAJMET E FUNDIT TË EMERGJENCËS 7
STUDIMI I RASTIT 1.1: NDARJA E THASHETHEMEVE NGA FAKTET NË NJË ZONË KONFLIKTI NË NIGERI 15

KAPITULLI 2: BAZAT E VERIFIKIMIT: RREGULLAT JETIKE 18
STUDIMI I RASTIT 2.1: PËRDORIMI I MEDIAVE SOCIALE SI SKANER POLICOR 23

KAPITULLI 3: VERIFIKIMI I PËRMBAJTJES SË GJENERUAR NGA PËRDORUESIT 30
STUDIMI I RASTIT 3.1: MONITORIMI DHE VERIFIKIMI GJATË ZGJEDHJEVE PARLAMENTARE TË UKRAINËS 38

KAPITULLI 4: VERIFIKIMI I IMAZHEVE 42
STUDIMI I RASTIT 4.1: VERIFIKIMI I NJË TOPI TË ÇUDITSHËM PLAZHI GJATË NJË STUHIE 49
STUDIMI I RASTIT 4.2: VERIFIKIMI I DY "PESHKAQENËVE TË RRUGËS" TË DYSHIMTË GJATË URAGANIT SANDY 51

KAPITULLI 5: VERIFIKIMI I VIDEOS 55
STUDIMI I RASTIT 5.1: VERIFIKIMI I NJË VIDEOJE KYÇE PËR BOMBARDIMET E BOSTONIT 63
STUDIMI I RASTIT 5.2: HETIMI I NJË 'MASAKRE' TË RAPORTUAR NË BREGUN E FILDISHTË 67
STUDIMI I RASTIT 5.3: KONFIRMIMI I VENDNDODHJES DHE PËRMBAJTJES SË NJË VIDEOJE 77

KAPITULLI 6: ANGAZHIMI I PUBLIKUT NË PUNË 80
STUDIMI I RASTIT 6.1: I PENGUAR NGA GRAMATIKA ARABE 86

KAPITULLI 7: BASHKIMI I TURMËS KOMPJUTERIKE NË TURMËN NJERËZORE 88
STUDIMI I RASTIT 7.1: SI I PËRDORI OPENSTREETMAP NJERËZIT DHE MAKINAT PËR TË HARTËZUAR ZONAT E PREKURA PAS TAJFUNIT HAIYAN 93

KAPITULLI 8: PËRGATITJA PËR RAPORTIM GJATË KATASTROFAVE 96
STUDIMI I RASTIT 8.1: SI RAPORTOI DHE SI MËSOI NHK NEWS NGA TËRMETI NË JAPONI NË VITIN 2011 102

KAPITULLI 9: KRIJIMI I PROCESIT TË VERIFIKIMIT DHE LISTËS(AVE) TË KONTROLLIT 107
KORNIZA 9.1: VLERËSIMI DHE MINIMIZIMI I RREZIQEVE GJATË PËRDORIMIT TË UGC 117
KORNIZA 9.2: KËSHILLA PËR PËRBALLIMIN E IMAZHEVE TRAUMATIKE 119

KAPITULLI 10: MJETET E VERIFIKIMIT 121

SHTOJCË: "VIZUALIZONI DREJTËSINË: UDHËZUES TERRENI PËR RRITJEN E VLERËS DËSHMUESE TË VIDEOVE PËR TË DREJTAT E NJERIUT" 125

Titulli origjinal:

Verification Handbook: An Ultimate guideline on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage

Editor: Craig Silverman, the Poynter Institute

European Journalism Centre, 2014, Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International Licence

Qendra Evropiane e Gazetarisë (European Journalism Centre EJC) është një fondacion i pavarur, ndërkombëtar dhe jofitimprurës i dedikuar standardeve më të larta në gazetari, ndër të tjera përmes trajnimit të mëtejshëm të gazetarëve dhe profesionistëve të medias. Duke u bazuar në rrjetin e saj të gjerë ndërkombëtar, Qendra vepron si një lehtësues dhe partner në një gamë të gjerë projektesh që lidhen me gazetarinë.

Gazetaria e Emergjencave është një iniciativë e Qendrës Evropiane të Gazetarisë (EJC) që bashkon lajme dhe resurse relevante për profesionistët e medias që raportojnë në situata të paqëndrueshme. Ueb-faqja përqendrohet në mjete që përdorin teknologji digjitale më bashkëkohore, duke përfshirë mjete për kurimin e përmbajtjes e deri te live-hartat shumështresore, dhe mbështet raportimin mediatik mbi emergjenca si fatkeqësitë natyrore dhe konfliktet politike.

Botimin e Doracakut për verifikimin e përgatiti

Qendra për Zhvillimin e Mediave nga Shkupi





Botimi i këtij doracaku është financuar nga Bashkimi Evropian. Përmbajtja dhe pikëpamjet e shprehura në të janë përgjegjësi e vetme e autorëve dhe e Qendrës për Zhvillimin e Medias. Doracaku nuk pasqyron domosdoshmërisht pikëpamjet e Bashkimit Evropian.

Përkthimi nga gjuha angleze: Petrit Saraçini

Lektura profesionale: Sefer Tahiri

Përgatitja teknike: Ljuben Dimanovski

Doracaku i verifikimit është një burim i ri revolucionar për gazetarët dhe punonjësit e shërbimeve të ndihmës emergjente, që ofron udhëzime të hollësishme për përdorimin e përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit në situata emergjente.

Në situata krize, rrjetet sociale janë të vërshuara me raporte të reja për situatën në terren, thirrje për ndihmë dhe informacione nga shërbimet e shpëtimit. Transmetimi i informacionit të vërtetë është shpesh thelbësor në formësimin e reagimit të publikut dhe shërbimeve të ndihmës emergjente; mund të bëhet fjalë në kuptimin e plotë për çështje jete a vdekjeje.

Doracaku ofron këshilla praktike për mënyrën e verifikimit dhe përdorimit të informacioneve të mbledhura nga publiku, si dhe këshilla të zbatueshme për përmirësimin e gatishmërisë për fatkeqësi dhe kriza brenda redaksive.

Edhe pse është dedikuar parimisht për gazetarët dhe ofruesit e ndihmës, doracaku mund të përdoret nga kushdo. Këshillat dhe udhëzimet do të jenë po aq të dobishme për gazetarët, gazetarët qytetarë, punonjësit e shërbimeve të emergjencës, vullnetarët, studentët e gazetarisë, specialistët e komunikimit në kriza ose pjesëtarët e komunitetit akademik që studiojnë mediat sociale.

Doracaku është zhvilluar dhe përgatitur nga Qendra Evropiane e Gazetarisë, me seli në Holandë, në kuadër të iniciativës „Gazetaria në situata emergjente“.

KAPITULLI 1:

KUR DALIN LAJMET E FUNDIT TË EMERGJENCËS

Kreg Sillvermen dhe Rina Cubaki



Kreg Sillvermen (Craig Silverman) është gazetar sipërmarrës dhe themelues dhe redaktor i Regret the Error, (Keqardhje për gabimin) blog i Institutit Poynter mbi gabimet, saktësinë dhe verifikimin e mediave. Ai gjithashtu ka përpiluar një kurs mbi verifikimin e moshës digjitale për Universitetin e Lajmeve Poynter. Kreg Sillvermen është drejtor i përmbajtjes për Spundge, platformë që u mundëson profesionistëve të zhvillohen dhe të monetizojnë ekspertizën e tyre përmes përmbajtjes. Më pare, Kreg Sillvermen ndihmoi në nisjen e OpenFile, një start-up lajmesh onlajn që ofroi raportim lokal në gjashtë qytete kanadeze. Ai është autor i "Keqardhje për gabimin: Si gabimet e mediave e ndotin shtypin dhe e rrezikojnë fjalën e lire" (Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech), ndërsa puna e tij është njohur nga Klubi Kombëtar i Shtypit i SHBA-së (U.S. National Press Club), Çmimet Mirror, Shkrimtarët e Krimeve të Kanadasë (Crime Writers of Canada) dhe Çmimet e Magazinave Kombëtare (Kanada). Ai shkruan tuite në @craigsilverman.



Rina Cubaki (Rina Tsubaki) drejton dhe menaxhon iniciativat "Doracaku i verifikimit" dhe "Gazetaria e emergjencave" në Qendrën Evropiane të Gazetarisë në Holandë. Gazetaria e Emergjencave bashkon resurse për profesionistët e medias që raportojnë në dhe rreth situatave të paqëndrueshme në epokën digjitale, ndërsa Cubaki ka folur shpesh për këto tema në ngjarje, duke përfshirë një takim të OKB-së dhe Festivalin Ndërkombëtar të Gazetarisë. Më parë, ajo ka menaxhuar disa projekte me fokus në rolin e qytetarëve në peizazhin e ndryshueshëm mediatik, ndërsa në vitin 2011 ishte kontribuese kryesore në Raportin e Internews Europe mbi rolin e komunikimit gjatë tërmetit në Japoni të marsit 2011. Ajo gjithashtu ka kontribuar në Hokkaido Shimbun, gazetë e përditshme rajonale në Japoni. Ajo shkruan tuite në @wildflyingpanda.

"... Ekziston nevoja nga ana e të gjithë gazetarëve që të mos supozojnë kurrë asgjë dhe gjithmonë të kontrollojnë dhe verifikojnë në mënyrë që të mbeten burime të besueshme të lajmeve dhe informacionit." – Santiago Lyon, nënkryetar dhe drejtor fotografie, The Associated Press

Kapitulli 1: Kur dalin lajmet e fundit të emergjencës

Kreg Sillvermen dhe Rina Cubaki

Pasi një tërmet me magnitudë 8.1 goditi Indinë veriore, nuk kaloi shumë kohë para se të qarkullonte fjala se 4,000 ndërtesa ishin shembur në një qytet, duke shkaktuar "vdekje të panumërta". Raportime të tjera thanë se ndërtesa kryesore e një kolegji dhe ajo e Gjykatës së Lartë të rajonit ishin shembur gjithashtu.

Situatë e ngjashme ishte kur një tërmet me magnitudë 9.0 goditi Japoninë verilindore. Njerëzit dëgjuan se do të binte shi toksik për shkak të një shpërthimi në objektet e një kompanie nafte dhe se nuk ishte e mundur që agjencitë e ndihmës të hidhnin furnizime nga ajri brenda vendit.

Ishin thashetheme të pasakta, secila prej tyre.

Është një e vërtetë bazike që thashethemet dhe informatat e pasakta shoqërojnë situatat e emergjencës. Ai tërmeti në Indi? Ndodhi në vitin 1934, shumë kohë para internetit dhe mediave sociale. Tërmeti në Japoni ndodhi në vitin 2011.

Të dy tërmetet rezultuan në thashetheme sepse pasiguria dhe ankthi - dy elementë thelbësorë të krizave dhe situatave të emergjencës - i bëjnë njerëzit të shpikin dhe përsërisin informacione të dyshimta.

"Thënë shkurt, thashethemet lindin dhe përhapen kur njerëzit janë të pasigurt dhe të shqetësuar për një temë me rëndësi personale dhe kur thashethemet duken të besueshme duke pasur parasysh ndjeshmërinë e njerëzve të përfshirë në përhapje", shkruajnë autorët e "Mullinjtë e thashethemeve: Ndikimi social i thashethemeve dhe legjendave" (Rumor Mills: The Social Impact of Rumor and Legend).

Një artikull në Psychology Today e shprehu këtë ndryshe: "Frika lind thashetheme. Sa më shumë ankth kolektiv të ketë një grup, aq më i prirur do të jetë për të nisur mullirin e thashethemeve."

Në botën e sotme të rrjetëzuar, njerëzit gjithashtu përhapin qëllimisht informacione dhe thashetheme të rreme si shaka, për të rritur "pëlqimet" dhe ndjekësit, ose thjesht për të shkaktuar panik.

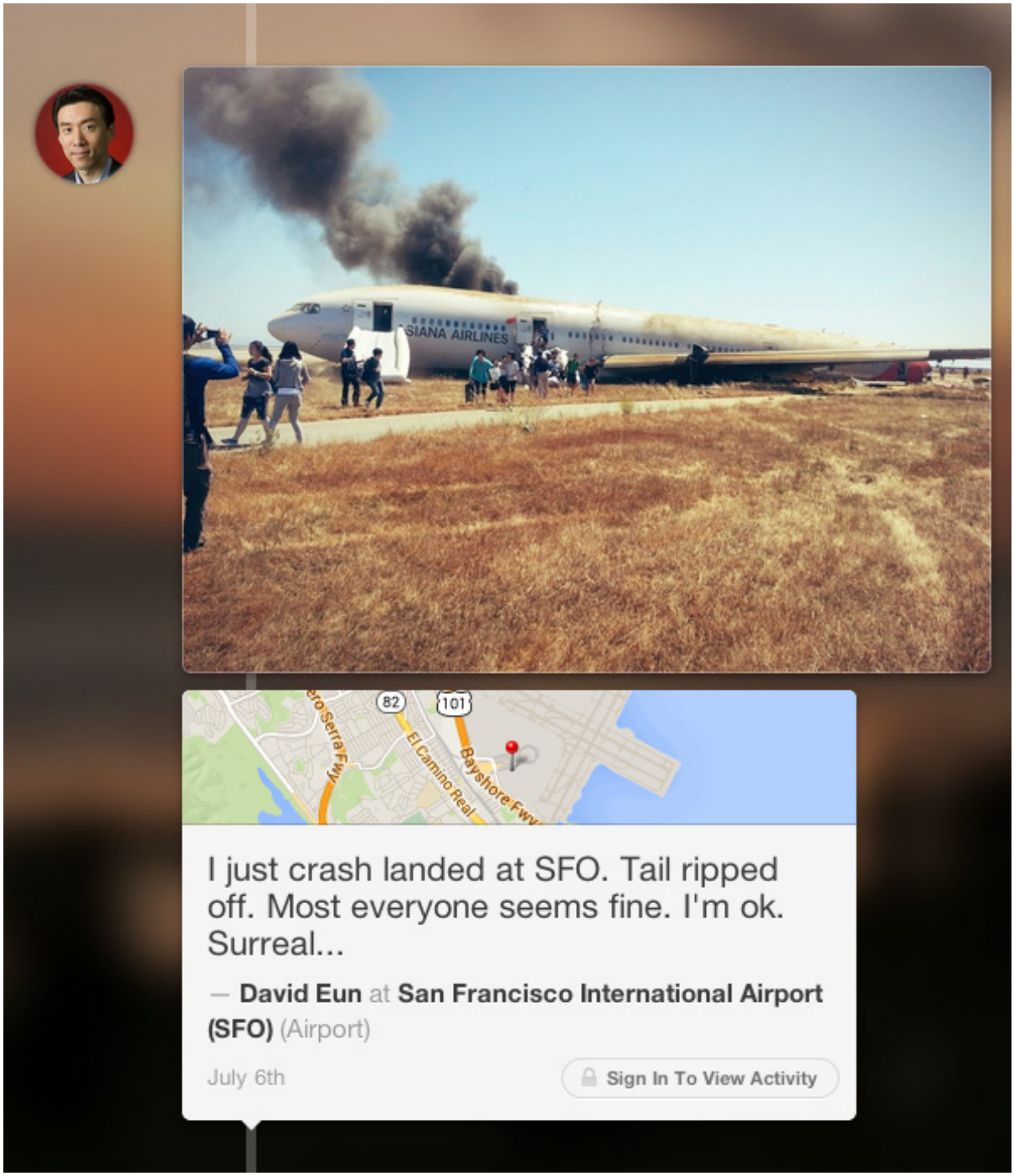
Si rezultat, puna e verifikimit është ndoshta më e vështira në situatat kur dhënia e informacionit të saktë është me rëndësi të madhe. Në një fatkeqësi, pavarësisht nëse shkaku i saj është natyror apo njerëzor, rreziqet e pasaktësisë amplifikohen. Mund të jetë shprehimisht një çështje jete a vdekjeje.

Megjithatë, mes zhurmës dhe mashtrimeve ka gjithmonë një sinjal të fuqishëm, që nxjerr në dritë informacione të vlefshme dhe të rëndësishme. Kur një fluturim i US Airways u detyrua të ulej në lumin Hudson, një burrë në një traget ishte burim i një imazhi urgjent që hap sytë, të cilin vetëm një dëshmitar rasti mund ta kishte kapur në atë moment:





Njerëzit në terren janë edhe më të vlefshëm në vendet ku gazetarët kanë pak ose aspak qasje, ndërsa agjencitë e ndihmës nuk kanë qenë në gjendje të veprojnë. Sot, këta dëshmitarë dhe pjesëmarrës shpesh përdorin telefonin për të dokumentuar dhe ndarë atë që shohin. Mund të jetë një dëshmitar rasti në një anije në lum - ose një burrë që sapo ka shpëtuar nga një rrëzim aeroplani, si në këtë shembull nga viti 2013.



Publiku mbështetet në burime zyrtare, siç janë organizatat e lajmeve, shërbimet e emergjencës dhe agjencitë qeveritare, për të ofruar informacion të besueshëm dhe në kohë.

Por, në të njëjtën kohë, këto organizata dhe institucione gjithnjë e më shumë i drejtohen publikut, turmës, për të ndihmuar në gjetjen e informacionit të ri dhe për të sjellë perspektivë dhe kontekst të rëndësishëm. Kur funksionon, kjo krijon një cikël të virtytshëm: Burimet zyrtare dhe të etabluara të informacionit - agjencitë qeveritare, OJQ-të, organizatat e lajmeve - ofrojnë informacion kritik në kohë nevoje dhe bashkëpunojnë ngushtë me njerëzit në terren, të cilët janë të parët që shohin dhe dokumentojnë një emergjencë.

Për ta arritur këtë, gazetarët dhe punonjësit humanitarë dhe të emergjencës duhet të aftëso-

hen në përdorimin e mediave sociale dhe burimeve të tjera për të mbledhur, trianguluar dhe verifikuar informacionin shpesh kontradiktor që del gjatë një katastrofe. Ata kërkojnë procese të provuara, mjete të besueshme dhe teknika të provuara dhe të vërteta. Mbi të gjitha, ata duhet të fitojnë të gjitha aftësitë e lartpërmendura para se të ndodhë një katastrofë.

Një katastrofë nuk është kohë për të vërtetuar gjërat fluturimthi. Nuk është moment për të shqyrtuar se cilat janë standardet dhe praktikat tuaja për trajtimin e informacionit të mbledhur nga publiku. Megjithatë, kjo është ajo që e bëjnë shumë, tejet shumë redaksi dhe organizata të tjera.

Fatmirësisht, viteve të fundit kanë dalë një bollëk mjetesh, teknologjish dhe praktikash të mira që i mundësojnë kujtdo të zotërojë artin e ri të verifikimit, e të tjera po zhvillohen gjatë gjithë kohës.

Në fund të fundit, bëhet fjalë për arritjen e një harmonie të dy elementëve themelore: Përgatitjen, trajnimin dhe koordinimin e njerëzve paraprakisht dhe gjatë një emergjence; dhe ofrimin e qasjes dhe burimeve për t'u mundësuar atyre që të shfrytëzojnë plotësisht mjetet që janë në zhvillim e sipër, e të cilat mund të ndihmojnë në verifikimin.

Kombinimi i njerëzores dhe teknologjisë me një sens për drejtim dhe zell është ajo që përfundimisht ndihmon në shpejtësinë dhe verifikimin e përsosur. Megjithatë, duhet pranuar se ky është një kombinim i ri, ndërsa peizazhi i mjeteve dhe teknologjive mund të ndryshojë shpejt.

Ky libër sintetizon këshillat dhe përvojën më të mirë duke u mbështetur në ekspertizën e praktikuesve të shquar nga disa prej organizatave të lajmeve, OJQ-vë, komuniteteve vullnetare dhe teknike më të shquara në botë, e madje edhe nga Kombet e Bashkuara. Ai ofron udhëzime, mjete dhe procese thelbësore për të ndihmuar organizatat dhe profesionistët që t'i shërbejnë publikut me informacion të besueshëm dhe në kohë kur kjo është shumë e rëndësishme.

***

E vërteta është se profesionistët e mirë shpesh bien pre e informacionit të keq dhe se teknologjia mund të na çojë në rrugë të gabuar po aq sa mund të na ndihmojë. Kjo mund të jetë edhe më e vërtetë kur kaq shumë informacion po lëviz me një ritëm kaq të shpejtë dhe kur kaq shumë redaksi dhe organizata nuk kanë programe trajnimi dhe procese formale për verifikim.

"Puna e verifikimit dhe përgënjeshtrimit të përmbajtjes nga publiku mbështetet shumë më tepër në parandjenjat gazetareske sesa në teknologjinë atraktive", shkroi David Turner në një artikull të Nieman Reports mbi Hub-in e Përmbajtjes së Gjeneruar nga Përdoruesit (UGC) të BBC-së. "Përderisa disa e quajnë këtë specializim të ri në gazetari 'forenzikë informacioni', nuk ka nevojë të jesh ekspert i IT-së ose të kesh pajisje të posaçme për të parashtruar dhe për t'iu përgjigjur pyetjeve themelore që përdoren për të gjykuar nëse një skenë është e inskenuar apo jo."

Ky kuptim se nuk ka ndonjë "fishek të argjendtë" ose test të përsosur, është pika fillestare për çdo shqyrtim të verifikimit dhe për punën e ofrimit të informacionit të besueshëm në një fatkeqësi. Kjo kërkon që gazetarët dhe të tjerët të shqyrtojnë së pari bazat e verifikimit që kanë ekzistuar për dekada dhe që nuk do të vjetrohen.

Steve Buttry përqendrohet në pyetjen thelbësore që është në qendër të verifikimit në kapitullin e tij. Kësaj i bashkohet kjo listë e gjërave themelore:

- Vendosni një plan dhe procedura para se të ndodhin katastrofa dhe lajme të fundit.
- Zhvilloni burimet e njerëzve.
- Kontaktoni njerëzit, bisedoni me ta.
- Bëhuni skeptikë kur diçka duket, tingëllon ose është shumë e mirë për të qenë e vërtetë.
- Konsultohuni me burime të besueshme.
- Njihuni me metodat e kërkimit dhe hulumtimit, si dhe me mjetet e reja.
- Komunikoni dhe punoni së bashku me profesionistë të tjerë - verifikimi është një sport ekipor.

Një maksimë tjetër që i është shtuar listës së mësipërme vitet e fundit është se kur përpiqeni të vlerësoni informacionin - qoftë një imazh, tuit, video apo ndonjë lloj tjetër përmbajtjeje - duhet të verifikoni edhe burimin, *edhe* përmbajtjen.

Kur Associated Press e promovoi Fergus Bell-in për të marrë udhëheqjen në krijimin dhe praktikimin e procesit për konfirmimin e videove të gjeneruara nga përdoruesit, ai së pari iu drejtua udhëzimeve të mëhershme të organizatës mbi verifikimin, në vend të mjeteve dhe teknologjisë së re.

"AP gjithmonë ka pasur standardet e veta dhe ato realisht nuk kanë ndryshuar, dhe duke punuar me ato standarde, ne ishim në gjendje të vendosim në mënyrë specifike rrjedhat e punës dhe praktikat më të mira për t'u marrë me mediat sociale", tha Bell. "Pra, AP gjithmonë është përpjekur të gjejë burimin origjinal në mënyrë që të mund të bëjmë raportimin rreth tij. Dhe kjo është gjithmonë mënyra se si veprojmë për verifikimin e UGC. Ne nuk mund të verifikojmë diçka nëse nuk flasim me personin që ka krijuar atë, në shumicën e rasteve."

Duke filluar me këto baza, organizatat mund të fillojnë të ndërtojnë një proces të besueshëm dhe të përsëritshëm për verifikimin e informacionit gjatë situatave emergjente. Verifikimi i informacionit në rrjetet sociale, qofshin pretendime për fakte, foto apo video, bëhet më i lehtë pasi të njihni standardet tuaja dhe të dini si t'i zbatoni ato.

Atëherë është e mundur të shfrytëzohen më së miri mjete si EXIF lexuesit, plugin-et (shtojcat e shfletuesve) për analizë të fotografive, kërkimi i avancuar në Twitter, "whois" kërkimet e domeneve dhe mjetet e tjera të përshkruara në këtë libër.

Së bashku me atë set mjetesh, si dhe standardet dhe proceset që informojnë se si i përdorim mjetet, ekziston edhe elementi kritik i crowdsourcing-ut: përfshirja e publikut në proces dhe puna me ta për të siguruar që të gjithë të kemi informacion më të mirë atëherë kur kjo është shumë e rëndësishme.

Andy Carvin, i cili kohët e fundit e la punën e strategut social të lartë në NPR, është ndoshta praktikuesi më i famshëm dhe me përvojë i verifikimit të bazuar në burimet nga publiku/turma (crowdsourcing). Ai tha se çelësi është të punohet me turmën për të "krijuar një publik më të informuar", siç thotë motoja e NPR.

"Kur del një storie e madhe, nuk duhet të përdorim mediat sociale vetëm për të dërguar titujt e fundit ose për t'u kërkuar njerëzve vlerësim pas ngjarjes", tha ai në një fjalim kryesor në Festivalin Ndërkombëtar të Gazetarisë.

Ai më tej tha:

> Nuk duhet të ndalemi vetëm në kërkim të ndihmës së tyre kur përpiqemi të mbulojmë një storie të madhe. Duhet të jemi më transparentë në lidhje me atë që dimë dhe atë që nuk dimë. Duhet t'i adresojmë në mënyrë aktive thashethemet që qarkullojnë onlajn. Në vend që të sillemi sikur ato nuk qarkullojnë, ose se nuk janë shqetësimi ynë, duhet të ballafaqohemi me to drejtpërdrejt, duke e sfiduar publikun që t'i vërë në dyshim, t'i shqyrtojë me kujdes, të kuptojë se nga mund të kenë ardhur dhe pse.

Ky libër është një udhëzues për të na ndihmuar të gjithëve - gazetarëve, punëtorëve në raste emergjencash, reporterëve qytetarë dhe të gjithë të tjerëve – që të fitojmë aftësitë dhe njohuritë e nevojshme për të punuar së bashku gjatë ngjarjeve kritike për të ndarë lajmet nga zhurma dhe, në fund të fundit, për të përmirësuar cilësinë e informacionit të disponueshëm në shoqërinë tonë, atëherë kur ka më shumë rëndësi.

Studimi i rastit 1.1: Ndarja e thashethemeve nga faktet në një zonë konflikti në Nigeri

Stefani Durand



Stefani Durand (Stéphanie Durand) menaxhon partneritete strategjike për median dhe një sërë projektesh në Aleancën e Civilizimeve të Kombeve të Bashkuara në Nju Jork. Është përgjegjëse për organizimin e trajnimeve për median, thirrjen e takimeve të ekspertëve dhe redaktorëve, zhvillimin e projekteve multimediale, shpërndarjen e përmbajtjeve për një uebfaqe ekspertësh dhe menaxhimin e një portofoli me më shumë se 80 partnerë. Më parë ajo ka punuar në Universitetin Sciences Po të Parisit si drejtoreshë e asociuar e Qendrës Amerikane, e më pas në Shkollën e Pasuniversitare të Gazetarisë, ku ka zhvilluar strategjinë ndërkombëtare. Me origjinë franko-gjermane, ajo ka diplomuar dhe magjistruar në Universitetin Sciences Po të Parisit dhe ka diplomë masteri në Çështje Ndërkombëtare nga Shkolla Ekonomike e Londrës. Ajo shkruan tuite në @steffidurand.

Studimi i rastit 1.1: Ndarja e thashethemeve nga faktet në një zonë konflikti në Nigeri

Stefani Durand

Rajoni i Jos-it në Nigerinë Qendrore njihet tradicionalisht si "Vend i paqes dhe turizmit". Sot, dhe për një kohë më të gjatë, është vend ku zhvillohet një luftë e vazhdueshme përgjatë vijave fetare dhe sektare.

Josi shtrihet përgjatë kufirit veri-jug të Nigerisë. Pjesa veriore e vendit është kryesisht myslimane; jugu është kryesisht i krishterë.

Kriza në Jos ka rezultuar në tituj alarmues si "Sulmuesit islamikë vrasin qindra të krishterë pranë Josit" dhe "Myslimanët masakrojnë të krishterë në Nigerinë Qendrore". Këta dhe tituj të tjerë të ngjashëm kanë nxitur disa udhëheqës fetarë të fajësojnë median për nxitjen e dhunës fetare për shkak të natyrës provokuese të raportimeve.

Mirëpo, në Jos ka dhunë vdekjeprurëse, dhe media duhet ta tregojë me saktësi këtë storie. Për ta bërë këtë, ata duhet të shqyrtojnë një numër në rritje të thashethemeve që përhapen përmes mesazheve me tekst, mediave sociale dhe bllogjeve - dhe të jenë të kujdesshëm për të shmangur botimin e informacionit të pasaktë që e acaron më tej situatën.

Gazetarët vendas janë gjithashtu të ekspozuar ndaj kërcënimeve, autocensurës dhe frikës nga hakmarrja nga autoritetet shtetërore ose militantët. Mediat ndërkombëtare përballen me sfidat e zvogëlimit të burimeve, gjë që rezulton që gazetarët e huaj të punojnë vetë pa ndihmë për të mbuluar një rajon të tërë.

Kjo mund të ndikojë në njohuritë e tyre për kontekstin lokal dhe ndjeshmërinë ndaj tij. Kjo gjithashtu rrit mbështetjen e tyre në përmbajtjen e mbledhur dhe të shpërndarë nga dëshmitarë (shpesh të panjohur) në terren. Gazetarët duhet të jenë të kujdesshëm për të verifikuar atë që zbulojnë, ose të rrezikojnë të rrisin tensionet dhe të gjenerojnë sulme hakmarrëse bazuar në asgjë më shumë se thashetheme.

Në janar të vitit 2010, kur mediat filluan të raportonin për një konflikt tjetër të madh në Jos, filluan të përhapeshin thashetheme për turma të armatosura me thika dhe maçeta rreth shtëpive, xhamive dhe kishave. Dëshmitarët raportuan shkaqe të ndryshme të konfliktit: Disa thanë se ishte për shkak të rindërtimit të shtëpive të shkatërruara nga trazirat në vitin 2008, të tjerë se ishte për një zënkë gjatë një ndeshjeje futbolli, ose djegie të një kishe.

Mesazhet me tekst luajtën gjithashtu një rol të rëndësishëm në nxitjen e drejtpërdrejtë të dhunës, me porosi të tilla si "therini para se t'ju therin. Vritini para se t'ju vrasin".

Në të njëjtën kohë, bllogjet shfaqnin rregullisht foto të viktimave të dhunës.

Procesi i verifikimit është më i rëndësishëm se kurrë, në një situatë ku keqkuptimi dhe frika mbizotërojnë te të gjitha palët. Është thelbësore që gazetarët të distancohen nga pasionet e atyre që janë të përfshirë, dhe të verifikojnë saktësinë e llogarive që rrëfejnë ose paraqesin

vizualisht dhunë etnike ose fetare. Demaskimi i një thashetheme të pasaktë për një masakër vrasëse, ose krizë kërcënuese, mund të shpëtojë jetë në kuptimin e plotë të fjalës.

Siç ndodh edhe në vende të tjera, në Jos, mediat sociale përjetësojnë keqinformimin, mirëpo njëkohësisht u mundësojnë gazetarëve të lidhen dhe të bashkëveprojnë me pjesëtarët e publikut, si pjesë e punës së tyre. Mediat sociale gjithashtu ofrojnë një platformë për t'iu përgjigjur thashethemeve dhe për të verifikuar informacionin, që në fund krijon llojin e besimit dhe transparencës së nevojshme për të shmangur një përshkallëzim të konfliktit.

Në Jos, zbatimi i verifikimit, në bashkëpunim me publikun, ndihmon mediat të luajnë rol në uljen e tensioneve dhe kufizimin e konfliktit. Ai rezulton në, dhe inkurajon, raportim të drejtë dhe të saktë që është shumë i nevojshëm.

Edhe pse kjo sigurisht nuk është e vetmja përgjigje e nevojshme për të zbutur tensionet, një raportim i tillë ndihmon shumë në drejtim të mënjanimit të frikës, dyshimit dhe mllefit që është në zemër të konflikteve etnike dhe fetare.

KAPITULLI 2:

BAZAT E VERIFIKIMIT: RREGULLAT JETIKE

Stiv Batri



Стив Батри (Steve Buttry) е уредник за дигитална трансформација во „Диџитал Фрст Медиа“ (Digital First Media). Има работено како уредник, репортер и обучувач по пишување во седум весници во САД, и вршел раководни позиции во TBD.com и во Американскиот институт за печат (American Press Institute). Има одржано повеќе од 40 семинари, работилници и „вебинари“ по новинарска етика во целиот свет. Магазинот „Едитор енд паблишер“ (Editor & Publisher) му го додели признанието Уредник на годината за 2010 година Во својата 42-годишна кариера, Батри известувал како новинар ширум САД и Канада, како и во Ирска, Венецуела, Мексико, Германија, Јапонија, Саудиска Арабија, Еквадор, Сибир, Франција и Италија. Го води својот блог stevebuttry.wordpress.com и твитува на @stevebuttry.

Kapitulli 2: Bazat e verifikimit: Rregullat jetike

Në vitin 1996, bëra një projekt mbi një ekip të basketbollit të vajzave të shkollës së mesme amerikane që kishte fituar kampionatin shtetëror të Ajovës 25 vjet më parë. Intervistova të 12 anëtaret e ekipit Farragut, si dhe yllin dhe trajnerin e Mediapolis, ekipit të cilin Farragut e mundi për kampionatin.

I pyeta të gjitha se si e fitoi Farragut ndeshjen. Ato dhanë përshkrime të ndryshme, shpesh të pasura, për të njëjtën histori: Ylli i Mediapolis, Barb Wischmeier, e cila ishte 6 këmbë e gjatë, ka shënuar lehtësisht ndaj vajzave më të shkurtra të Farragut në fillim të ndeshjes, dhe Mediapolis ka marrë epërsinë.

Trajneri i Farragut ka dërguar Tanya Bopp, e cila ishte mezi 5 këmbë e gjatë, në lojë për të ruajtur Wischmeier. Bopp nxori disa faulla sulmuese (disa kujtuan konkretisht se ishin tre ose katër faulla) nga vajza më e gjatë, e cila u bë e shqetësuar dhe më pak agresive. Farragut bëri kthim për të fituar ndeshjen.

Në raportimin tim nuk i vura në dyshim këto kujtime të qëndrueshme, por mësova pothuajse rastësisht se ishin të ekzagjeruara. Një nga vajzat më huazoi një video të ndeshjes. E pashë të gjithë ndeshjen, duke kërkuar detaje që do të ndihmonin storien time. Nuk po sfidoja kujtesën e askujt, por kur e mbarova kasetën, mendova se diçka më ka ikur pa e parë. Kështu që e shikova përsëri.

Tanya Bopp e vogël nxori vetëm një faull nga vajza më e gjatë. Kjo e shqetësoi yllin e Mediapolis dhe ishte pika e kthesës së ndeshjes, por ndodhi vetëm një herë. Të gjitha ato rrëfime të dorës së parë që i kisha dëgjuar ishin të pasakta, të nxitura nga emocionet (gëzimi ose ankthi) e një momenti të rëndësishëm në jetën e tyre dhe të formësuara nga një legjendë që lindi nga ndeshja.

Legjenda - dhe mundësia për ta nderuar atë duke e përgënjeshtruar - më dha një fije të shkëlqyer narrative për artikullin tim, por gjithashtu më dha një mësim në verifikim: Mos u besoni as dëshmitarëve të sinqertë. Kërkoni dokumentacion.

Legjendat janë të mira, madje edhe argëtuese, për atletët dhe tifozët që rijetojnë ditët e lavdisë së një ekipi legjendar sportiv. Por gazetarët, aktivistët ose punonjësit e të drejtave të njeriut duhet të merren me të vërtetën dhe duhet të jenë të përkushtuar për të gjetur dhe thënë të vërtetën, veçanërisht në një situatë emergjence.

Pavarësisht nëse po përmbledhim tregimin për një fatkeqësi natyrore, një storie për një lajm të madh të fundit apo një pjesë të vogël të një gojëdhëne popullore, treguesit e rrëfimit duhet të kujtojnë se po dëgjojmë produktin e kujtesës së gabuar ose perspektivës së kufizuar. Nëse të treguarit e së vërtetës është qëllimi ynë, verifikimi duhet të jetë standardi ynë.

Duhet t'i shikojmë dhe t'i dëgjojmë me vëmendje tregimet e burimeve tona, duke kërkuar

mundësi për të verifikuar. A ka burimi një video, fotografi, letër apo dokument (të ri apo të vjetër) që mund të ofrojë verifikim ose detaje, ose ndoshta të korrigjojë një kujtesë të mjegullt? Dhe kur na jepet ky material, veçanërisht në situata emergjence ku koha është e kufizuar ngushtë, duhet ta hulumtojmë atë dhe të zbatojmë bazat e verifikimit.

Pavarësisht nga momenti dhe roli juaj në të, parimet e verifikimit janë të përjetshme dhe mund të zbatohen në çdo situatë, qoftë lajm i fundit, një fatkeqësi natyrore apo ritregimi i një rrëfimi apokrif nga një çerek shekulli më parë.

ESENCA E VERIFIKIMIT

Një nga klishetë më të çmuara të gazetarisë, e nxjerrë nga redaktorë me përvojë që i fshijnë pamëshirshëm klishetë e tjera nga storiet, është: "Nëse nëna jote thotë se të do, vërtetoje këtë."

Por klisheja nuk i tregon gazetarit, apo profesionistit humanitar, se si të vërtetojë. Verifikimi është thelbi i gazetarisë, por ai gjithashtu ilustron vështirësinë e gazetarisë dhe nevojën për standarde të larta: Rruga drejt verifikimit mund të ndryshojë për secilin fakt.

Pra, ky doracak nuk do të ofrojë hapa të thjeshtë për verifikim në stilin "një masë për të gjitha" për gazetarët, punonjësit e të drejtave të njeriut dhe të emergjencave, por strategji për ta vërtetuar atë - çfarëdo që të jetë "ajo" dhe çfarëdo motivimi apo roli që keni.

Pyetja në thelb të verifikimit është: "Si e dini këtë?"

Gazetarët duhet t'ua bëjnë këtë pyetje burimeve të tyre; redaktorët duhet t'ua bëjnë gazetarëve. Gazetarët, redaktorët, producentët dhe punonjësit e të drejtave të njeriut duhet ta bëjnë pyetjen në vetën e tretë në lidhje me burimet që nuk mund t'i pyesin drejtpërdrejt: Si e dinë ata këtë?

Trajnerja e redaksisë Rosalie Stemer shton një pyetje të dytë që ilustron procesin shumështresor të verifikimit dhe etikën e këmbënguljes dhe gjindshmërisë që kërkon verifikimi: Si e dini këtë në mënyrë tjetër?

Derisa vëmë në dyshim burimet dhe materialet, ndërsa kolegët na sfidojnë me pyetje, duhet të kërkojmë burime të shumëfishta verifikimi, rrugë të shumëfishta drejt së vërtetës. (Ose, të gjejmë boshllëqe në të dhëna ose storie përpara se të veprojmë mbi to.)

Verifikimi përdor një përzierje prej tre faktorësh:

1. Gjindshmëria, këmbëngulja, skepticizmi dhe aftësia e një personi
2. Njohuritë, besueshmëria dhe ndershmëria e burimeve, si dhe numri, shumëllojshmëria dhe besueshmëria e burimeve që mund të gjeni dhe t'i bindni të flasin
3. Dokumentacioni

Teknologjia ka ndryshuar mënyrën se si i zbatojmë të tre faktorët: Cikli i lajmeve 24/7 dhe ngritja e mediave sociale dhe përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit kërkojnë nga ne që të mbledhim dhe raportojmë derisa ngjarjet janë në zhvillim, duke marrë vendime të shpejta nëse informacioni është verifikuar mjaftueshëm; mjetet digjitale na japin mënyra të reja për të gjetur dhe arritur deri te burimet; bazat e të dhënave dhe telefonat celularë me kamera të përhapur gjithkund na japin sasi të mëdha dokumentacioni për të kërkuar dhe vlerësuar. Ver-

ifikimi i suksesshëm rezulton nga përdorimi efektiv i teknologjisë, si dhe nga përkushtimi ndaj standardeve të përjetshme të saktësisë.

Nevoja për verifikim fillon me faktin e thjeshtë se shumë nga burimet tona të informacionit gabojnë. Ata mund të gënjejnë me qëllim të keq ose të përcjellin informata të pasakta pa qëllim. Ata mund të kenë kujtesë të gabuar ose të kenë mungesë konteksti ose kuptimi. Ata mund të jenë në rrezik dhe të pamundësuar të ofrojnë gjithçka që dinë, ose të paaftë të shohin pamjen e plotë të ngjarjeve ndërsa ato zhvillohen.

Detyra jonë nuk është të përsërisim burimet dhe materialin që ata ofrojnë, por t'i sfidojmë, të triangulojmë atë që ata ofrojnë me burime të tjera të besueshme dhe të verifikojmë se çfarë është e vërtetë, duke shoshitur nga puna jonë (para se të publikojmë, hartëzojmë ose transmetojmë) atë që është e pasaktë ose që nuk është verifikuar në mënyrë adekuate.

Secila nga shumë rrugët e verifikimit që mund të ndjekim ka të metat e veta: Në shumë raste, e veçanërisht në situata emergjente, na paraqitet gjithnjë e më shumë një bollëk burimesh zyrtare dhe mund të gjejmë burime të dorës së parë, njerëz që në të vërtetë kanë parë - ose edhe kanë marrë pjesë - në ngjarjet në fjalë. Por këto rrëfime mund të kenë mangësi.

Guvernatori i Virxhinias Perëndimore, Joe Manchin, në vitin 2006 u tha gazetarëve se 12 nga 13 minatorët e bllokuar nën tokë ishin shpëtuar nga miniera Sago. Cili gazetar nuk do ta botonte këtë storie?

Por guvernatori e kishte gabim. Dymbëdhjetë nga minatorët vdiqën; vetëm njëri u shpëtua. Guvernatori u mbështet në dëshmi të dorës së dytë dhe të tretë dhe nuk u sfidua për atë se si e dinte që minatorët ishin gjallë. Duhet t'i vëmë në dyshim burimet që duken me autoritet po aq agresivisht sa sfidojmë çdo burim.

MJETET E REJA

Dokumentacioni ka ndryshuar me teknologjinë. Videoja që më ndihmoi të përgënjeshtroj legjendën në vitin 1996 nuk do të ishte në dispozicion nga njëra prej anëtareve të ekipit, nëse do të provoja ta bëj atë storie 15 vjet më parë (megjithëse ende mund ta kisha parë duke shkuar në arkivat e stacionit televiziv). Dhe në vitet pasi që e përdora atë video për verifikim, qasshmëria e telefonave celularë dhe kamerave të sigurisë ka rritur sasinë dhe rëndësinë e video dokumentacionit. Mirëpo, lehtësia e montimit digjital të videos rrit rëndësinë e skepticizmit. Dhe, sigurisht, çdo video kap vetëm një pjesë të tregimit.

Teknologjia ka ndryshuar gjithashtu mënyrën se si i gjejmë dhe i trajtojmë burimet dhe informacionin. Ndërsa pjesëmarrësit dhe dëshmitarët e ngjarjeve i ndajnë rrëfimet e tyre me fjalë, foto dhe video në mediat sociale dhe bllogje, gazetarët mund të gjejnë dhe të lidhen më shpejt me njerëz që kanë parë lajmet duke u shpalosur, si duke përdorur mjete kërkimi digjital dhe teknologji të tjera, ashtu edhe duke mbledhur të dhëna nga publiku (crowdsourcing).

Mund t'i përdorim mjetet e reja në mënyrë më efektive duke i përdorur ato me pyetjet e vjetra: Si e dinë ata këtë? Si e dinë ata këtë në mënyrë *tjetër*?

Ajo klisheja e vjetër për verifikimin e dashurisë së mamit? E verifikova burimin (Byroja e vjetër e Chicago City News) nga burime të shumëfishta onlajn: The Chicago Tribune, AJR dhe The New York Times. Megjithatë, edhe atje, legjenda e ndërlikon verifikimin. Një artikull i vitit 1999 në Baltimore Sun nga Michael Pakenham, tha se legjenda ia atribuon thënien redaktorit shumëvjeçar të lajmeve të natës të qytetit në këtë byro, Arnold Dornfeld (siç bëjnë tre nga artikujt e lidhur më sipër), por "Dornie tha se ishte një tjetër redaktor shumëvjeçar atje, Ed Eulenberg, i cili në fakt e ka thënë i pari."

Nëna juaj me siguri ju do, siç thotë. Mund ta verifikoni këtë duke intervistuar miqtë dhe familjen e saj, duke kërkuar foto dhe video ku ajo tregon ose shpreh dashurinë e saj. Gjeni disa letra ose përditësime në Facebook që shprehin afeksionin e saj. Dokumentoni dhuratat dhe veprimet që tregojnë dashurinë e saj. Pastaj, bëni të njëjtën gjë në çdo artikull, çdo ngjarje dhe çdo projekt..

Studimi i Rastit 2.1: Përdorimi i mediave sociale si skaner policor

Antoni De Rosa



Antoni De Rosa (Anthony De Rosa) është kryeredaktor në Circa, një "mobile-first" organizatë autentike lajmesh për pajisje mobile. Më parë ka qenë redaktor i mediave sociale në Reuters dhe ka mbi 15 vjet përvojë si teknolog për kompani si Newmark Knight-Frank, Merrill Lynch, Bristol-Myers Squibb dhe Reuters Media. Në vitin 2011, ai fitoi çmimin për Inovacionin më të Mirë në Tregimin e Storieve nga Reuters për mbulimin e drejtpërdrejtë të ngjarjeve duke përdorur bllogje dhe media sociale, e së fundmi ka fituar çmim gazetaresk nga El Mundo. Shkruan tuite në: @AntDeRosa.

Studimi i Rastit 2.1: Përdorimi i mediave sociale si skaner policor

Antoni De Rosa

Mediumi përmes të cilit mbledhim informacion mund të ndryshojë, por parimet e verifikimit vlejnë gjithmonë. Sfidimi i asaj që shihni dhe dëgjoni, kërkimi dhe verifikimi i burimit, si dhe biseda me burime zyrtare dhe parësore mbeten metodat më të mira për raportim të saktë.

Në Circa, ne ndjekim lajmet e fundit nga e gjithë bota — por publikojmë vetëm ato që mund të konfirmojmë. Kjo kërkon që të përdorim mediat sociale për të monitoruar lajmet e fundit në momentin kur ndodhin, që të mund të aplikojmë verifikimin.

Mbani mend se informacioni në mediat sociale duhet të trajtohet njësoj si çdo burim tjetër: me skepticizëm të skajshëm.

Në të shumtën e rasteve, unë e vështroj informacionin në të njëjtën mënyrë siç do të vështroja diçka që kam dëgjuar në një skaner policie. Marr shumë, e kthej prapa shumë pak. E përdor informacionin si një gjurmë për t'u ndjekur në një mënyrë më tradicionale. Bëj telefonata, dërgoj email-e dhe kontaktoj burime të dorës së parë që mund të konfirmojnë atë që po dëgjoj dhe shoh (ose jo).

Në rastin e të shtënave të vitit 2013 në aeroportin e Los Anxhelosit, për shembull, ne vëzhguam raportet nga aeroporti që vinin nga dëshmitarë okularë dhe kontaktuam LAPD (Departamentin Policor të Los Anxhelosit), zyrën në terren të FBI-së së Los Anxhelosit dhe mjekun ligjor të qarkut të Los Anxhelosit. Nëse nuk mund të verifikonim në mënyrë të pavarur atë që pamë dhe dëgjuam, e mbanim të pabotuar derisa të mund ta vërtetonim.

Edhe në rastet kur organizatat e mëdha të lajmeve raportonin informacione, ne u përmbajtëm derisa të mund të konfirmonim me burime të dorës së parë. Shpesh këto organizata citojnë burime të paidentifikuara policore, dhe siç kemi parë me bombardimin në Maratonën së Bostonit, gjuajtjet me armë në Navy Yard, gjuajtjet me armë në Newtown dhe situata të tjera, burimet anonime policore shpesh nuk janë të besueshme.

PËRDORIMI I TWEETDECK-UT PËR TË MONITORUAR PËRDITËSIMET

Nëse mediat sociale janë një skaner policor, TweetDeck-u është radioja juaj. Ka disa mënyra se si mund të krijoni një panel kontrolli për vete që të monitoroni rrjedhën e përditësimeve.

Unë ndërtoj paraprakisht lista të Twitter-it për përdorime specifike. Temat e listave të mia përfshijnë institucionet e zbatimin e ligjit në qytetet kryesore, gazetarë të besueshëm vendas dhe organizata lajmesh për qytetet kryesore, si dhe gazetarë të specializuar. Mund t'i vendos këto lista në kolona në TweetDeck dhe të kryej kërkime sipas tyre, ose thjesht t'i lë si një burim monitorimi.

AEROPLAN I VOGËL ATERON NË BRONKS

Ja se si i përdora kërkimet në TweetDeck gjatë aterimit emergjent të një aeroplani të vogël në një autostradë në Bronks (Bronx) në janar të vitit 2014, për të zbuluar raportimet e lajmeve të fundit dhe për të trianguluar dhe verifikuar atë që shikoja.

Vura re se disa tuite shfaqen në tajmlajn-in tim kryesor, duke përmendur një aeroplan që po ateron në autostradën Major Deegan në seksionin e Bronksit të Nju Jorkut, gjë që nuk është një ngjarje normale.

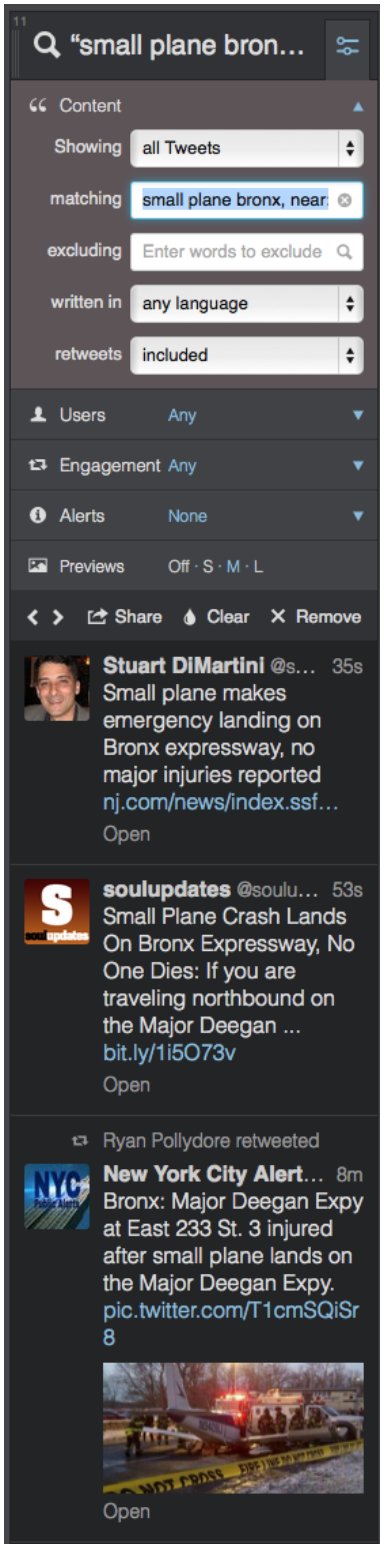


Aeroplani u ul rreth orës 3:30 pasdite sipas orës lokale në Nju Jork. (tuiti është i datuar me Orën Standarde të Paqësorit - PST). Kjo ishte një nga tuitet e para që raportoi aterrimin. Unë ndjek disa llogari në zonën e Nju Jorkut, të cilat veprojnë si një lloj skaneri policor për atë që po ndodh në këtë zonë. Nuk do të raportoj derisa të mund ta konfirmoj, por është e dobishme ta kesh si një alarm potencial për të gërmuar më thellë.

Pasi pashë raportet fillestare, vazhdova të bëj një kërkim në TweetDeck duke përdorur aftësinë e tij për të shfaqur tuite që kanë vetëm imazhe ose video. Përdora termat e kërkimit "aeroplan i vogël" dhe "Bronx".



Rezultatet e mësipërme treguan se burime të besueshme lokale lajmesh po raportonin për aterrimin e aeroplanit dhe kishin imazhe. Gjithashtu gjeta informacione dhe imazhe shtesë nga një kërkim më i gjerë i të gjitha tuiteve që përdornin filtër lokacioni (brenda 5 miljeve të qytetit të Nju Jorkut) dhe fjalëve kyçe "aeroplan i vogël" dhe "bronx".

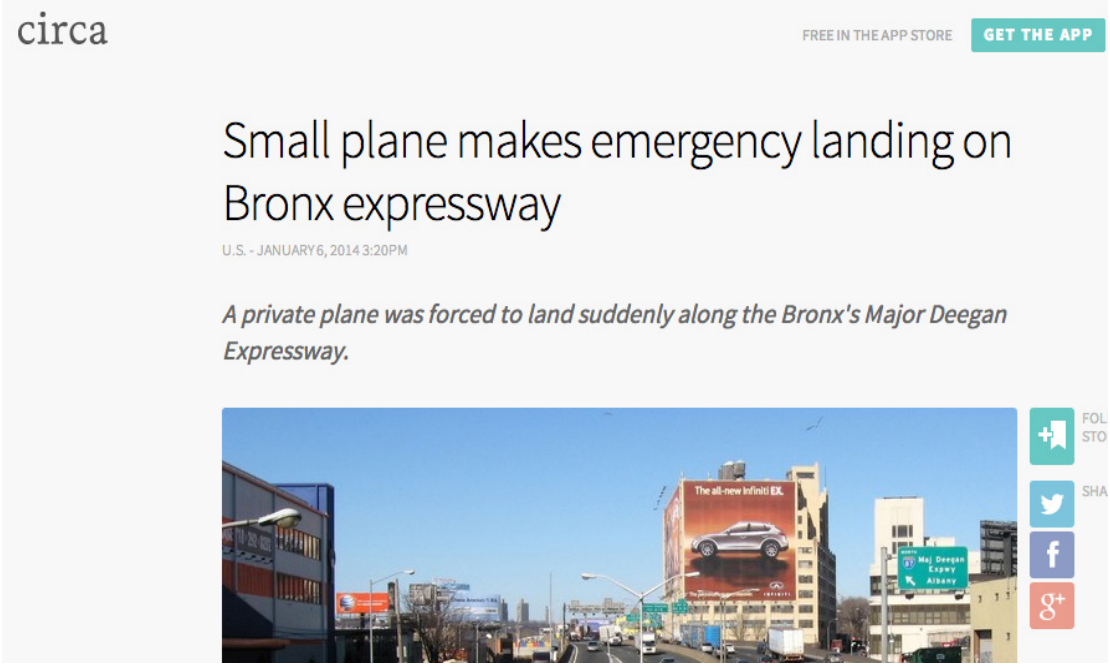


Gjithashtu, kërkova brenda listës sime të specializuar të llogarive të verifikuara që u përkasin agjencive të Shtetit dhe Qytetit të Nju Jorkut dhe përdora përsëri filtrin e lokacionit. Këto burime të besueshme (më poshtë) ndihmuan për të konfirmuar ngjarjen.



Në këtë moment, kontaktova zyrën e informacionit publik të Departamentit të Zjarrfikësve të Nju Jorkut (FDNY) për të konfirmuar atë që pashë dhe për të kërkuar çdo detaj tjetër që mund të kishin. Më thanë se në aeroplan kanë qenë tre persona, dy pasagjerë dhe një pilot. Më vonë na u tregua marka/modeli i aeroplanit, personi në emrin e të cilit ishte regjistruar aeroplani dhe spitali ku ishin dërguar piloti dhe pasagjerët. Mediat sociale na çuan te ngjarja - por na u desh t'i gjurmonim detajet në mënyrën e vjetër.

Duke ndjerë se kishim mbledhur siç duhet mjaft informacion të besueshëm për të filluar, e vendosëm storien tonë (shih më poshtë). Aplikacioni Circa u ofron lexuesve opsionin për të "ndjekur" një storie dhe për të marrë përditësime shtytëse derisa shtohen më shumë informacione. Procesi ynë është që të botojmë një storie sa më shpejt të jetë e mundur me raporte të verifikuara dhe të vazhdojmë të botojmë përditësime. TweetDeck na lejon të kërcejmë në një storie në zhvillim dhe të kërkojmë njerëz të besueshëm (institucione të zbatimit të ligjit, burime të dorës së parë) që mund t'i kontaktojmë për të konfirmuar vlefshmërinë e përditësimeve të mediave sociale. Në disa raste, kontaktojmë personin që ka dërguar informacionin në Twitter dhe përpiqemi të përcaktojmë nëse ata janë të besueshëm.



NDËRTIMI I NJË TRUPI PROVASH

Informacioni që shihni në mediat sociale duhet të jetë hapi i parë drejt përpjekjes për të verifikuar se çfarë ka ndodhur në të vërtetë, e jo fjala e fundit.

Është kyçe të vëzhgoni sa më shumë që është e mundshme, të merrni informacion dhe ta krahasoni atë me përmbajtje dhe informacione të tjera për të ndërtuar një trup provash. Gjeni mënyra për të vërtetuar atë që gjeni duke kontaktuar dhe verifikuar drejtpërdrejt njerëzit që janë të lidhur me përmbajtjen që keni gjetur.

Siç thashë, trajtojini mediat sociale si një skaner policie.

KAPITULLI 3:
VERIFIKIMI I PËRMBAJTJES SË GJENERUAR NGA PËRDORUESIT

Kler Uordëll



Kler Uordëll (Claire Wardle) është bashkëpunëtore hulumtuese në Qendrën Tow të Universitetit Columbia, ku punon në një projekt të madh kërkimor mbi përmbajtjen e gjeneruar nga përdoruesit dhe lajmet televizive. Ajo ka hartuar programin e trajnimit për mediat sociale për BBC-në në vitin 2009 dhe ka vazhduar të trajnojë gazetarë anembanë botës mbi mbledhjen dhe verifikimin e lajmeve sociale. Gjatë dy viteve të fundit, Kler ka punuar në Storyful. Kler ka doktoratë në Komunikim nga Shkolla Annenberg për Komunikim në Universitetin e Pensilvanisë. Në Tuiter ajo është @cward1e dhe shkruan bllogje në clairewardle.com.

Kapitulli 3: Verifikimi i Përmbajtjes së Gjeneruar nga Përdoruesit

Kler Uordëll

Në më pak se një dekadë, mbledhja e lajmeve është transformuar nga dy zhvillime të rëndësishme.

E para është teknologjia mobile. Në verën e vitit 2013 u arrit një pikë kthese e rëndësishme. Për herë të parë, më shumë se gjysma (55 për qind) e të gjithë telefonave të rinj celularë të shitur ishin telefona të mençur.

Një telefon i mençur, në vetvete sipas definicionit ka kamerë me cilësi të lartë me aftësi videoje dhe i lejon përdoruesit të lidhet lehtësisht me internetin për të shpërndarë fotografi. Si rezultat, gjithnjë e më shumë njerëz në xhepat e tyre kanë teknologjinë për të filmuar shumë shpejt ngjarjet që shohin përreth tyre dhe për t'i ndarë ato drejtpërdrejt me njerëzit që mund të jenë të interesuar, si dhe më gjerësisht përmes rrjeteve sociale.

Zhvillimi i dytë, i lidhur, është Uebi social. Kur Hub-i i Përmbajtjes së Gjeneruar nga Përdoruesit i BBC-së filloi punën në fillim të vitit 2005, ata mbështeteshin te njerëzit që dërgonin përmbajtje në një adresë qendrore email-i. Në atë kohë, Facebook kishte pak më shumë se 5 milionë përdorues, në vend të më shumë se një miliard që ka sot. YouTube dhe Twitter nuk ishin lëshuar në përdorim ende. Tani, në çdo minutë të ditës, 100 orë përmbajtje ngarkohen në YouTube, dërgohen 250,000 tuite, e në Facebook ndahen 2.4 milionë përmbajtje[1]. Sjellja e audiencës ka ndryshuar ndjeshëm.

Në vend që të filmojnë diçka dhe, kur u kërkohet, t'ia dërgojnë një organizate lajmesh, njerëzit filmojnë atë që shohin dhe e ngarkojnë në Facebook, YouTube ose Twitter. Hulumtimet kanë treguar se shumë pak pjesëtarë të publikut e kuptojnë mjaftueshëm procesin e lajmeve për të menduar se pamjet e tyre të filmuara janë mjaftueshëm të vlefshme për t'ia dërguar ato, pa u kërkuar, ndonjë organizate lajmesh ose entiteti tjetër[2]. Në thelb, ata po e ngarkojnë përmbajtjen për ta ndarë përvojën me miqtë dhe familjen e tyre.

Gjithnjë e më shumë, në çdo ngjarje lajmesh në mbarë botën ka "gazetarë të rastësishëm": njerëz që gjenden në vendin e duhur në kohën e duhur me një telefon të mençur në duart e tyre. Siç shkruan Anthony De Rosa, ish-redaktori i mediave sociale për Reuters dhe kryeredaktori aktual i Circa: "Mendimi i parë i incizuesit zakonisht nuk është: 'Duhet ta ndaj këtë me një TV rrjet të madh lajmesh' sepse atyre nuk u interesojnë rrjetet televizive tradicionale të lajmeve ose ka shumë gjasa që nuk kanë dëgjuar kurrë për to. Megjithatë, ata kanë dëgjuar për internetin dhe aty vendosin ta ndajnë këtë me botën."

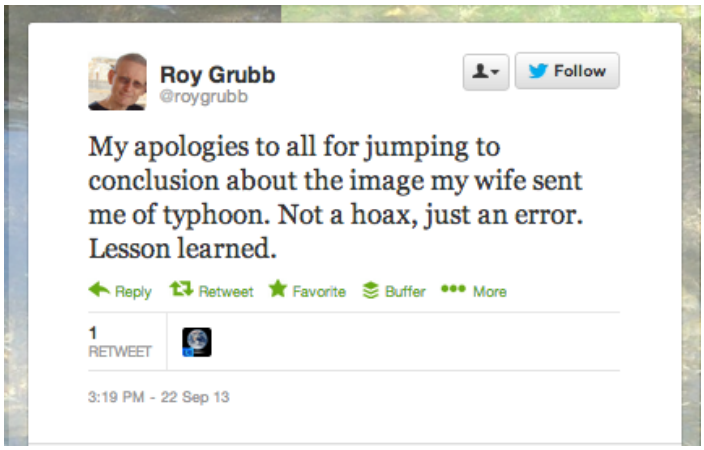
1. Këto statistika ndryshojnë gjatë gjithë kohës, por kjo është përpjekja më e fundit për të matur aktivitetin në rrjetet sociale më të njohura. http://blog.qmee.com/qmee-online-in-60-seconds/
2. http://www.bbc.co.uk/blogs/knowledgeexchange/cardiffone.pdf

Në mënyrë të ngjashme, gjatë ngjarjeve që krijojnë lajmet e fundit, publiku shpesh ka më shumë gjasa t'u drejtohet rrjeteve sociale për informacion, që do të thotë se ekipet e ndihmës dhe organizatat e emergjencës përdorin vetë rrjetet sociale. Fatkeqësisht, këto ngjarje lajmesh ftojnë informacionet e pasakta të qarkullojnë, qoftë qëllimisht ose aksidentalisht. Prandaj, gazetarët dhe profesionistët humanitarë duhet të fillojnë gjithmonë nga një pozicion se përmbajtja është e pasaktë. Gjatë emergjencave, kur informacioni mund të ndikojë në vetë jetën e njerëzve në plotë kuptimin e fjalës, verifikimi është një pjesë kritike e procesit të mbledhjes së lajmeve dhe shpërndarjes së informacionit.

RËNDËSIA E VERIFIKIMIT

Mundësia që ka çdokush të ngarkojë përmbajtje dhe ta shënjojë ose përshkruajë atë sikur është nga një ngjarje e caktuar, i lë shumë gazetarë, dhe veçanërisht redaktorët, të tmerruar nga mundësia që të jenë të mashtruar ose të botojnë përmbajtje të pasaktë.

Disa njerëz bëjnë çmos për të mashtruar qëllimisht organizatat e lajmeve dhe publikun duke krijuar faqe interneti të rreme, duke shpikur llogari në Twitter, duke modifikuar imazhe në Photoshop ose duke montuar video. Më shpesh, gabimet që ndodhin nuk janë të qëllimshme. Njerëzit, duke u përpjekur të jenë të dobishëm, shpesh gjejnë përmbajtje të shënjuar gabimisht nga ngjarje të mëparshme të lajmeve dhe e ndajnë atë. Më poshtë është një shembull i një burri që kërkon falje pasi ka bërë tuit me një foto që ia ka dërguar me e-mail gruaja e tij. Ajo i kishte thënë se fotoja tregonte tajfunin Usagi teksa po shkonte drejt Hong Kongut; në fakt ishte një imazh i vjetër i një ngjarjeje tjetër.



Njerëzit që shkarkojnë përmbajtje nga YouTube dhe e ngarkojnë atë në llogaritë e tyre, duke e pretenduar atë si të tyren, shkaktojnë probleme të tjera. Kjo nuk është mashtrim - është ajo që njihet si "scrape" ("gërryerje" apo kopjim) - por kjo do të thotë se duhet të punojmë më shumë për të gjetur ngarkuesin origjinal të përmbajtjes.

Vështirësia e gjetjes së pamjeve origjinale u demonstrua kur Komiteti i Zbulimit i Senatit të SHBA publikoi një listë me 13 video që ishin shfaqur fillimisht në YouTube, të cilat i kishin përdorur për të kërkuar prova në lidhje me sulmin me armë kimike të vitit 2013 në rajonin e Goutës lindore në Siri. Një numër i këtyre videove u morën nga një kanal agregimi i njohur sirian në YouTube, i cili riboton rregullisht video nga kanalet e njerëzve të tjerë. Kjo sugjeroi që videot brenda listës nuk ishin videot origjinale dhe në fakt ishin "scrape"(kopjime). Duke përdorur një sërë të teknikave të ndryshme të verifikimit, Félim McMahon nga Storyful ishte në gjendje të zbulonte versionet origjinale të këtyre videove. Ai e përshkroi procesin këtu. Ajo që tregon ky shembull është se këto çështje nuk janë më vetëm shqetësim për komunitetin gazetaresk.

KONTROLLET E VERIFIKIMIT

Verifikimi është një aftësi kyçe, e mundësuar nëpërmjet mjeteve falas onlajn dhe teknikave tradicionale të gazetarisë. Asnjë teknologji nuk mund të verifikojë automatikisht një përmbajtje të UGC me 100 për qind siguri. Mirëpo, nuk mjaftojnë as syri i njeriut apo hulumtimet tradicionale. Është kombinimi i të dyjave.

Kur një gazetar ose profesionist humanitar gjen një copë informacioni ose përmbajtjeje nëpërmjet mediave sociale, ose dikush ia ka dërguar atë, ka katër elementë që duhet kontrolluar dhe konfirmuar:

1. Origjina: A është kjo përmbajtje origjinale?
2. Burimi: Kush e ka ngarkuar përmbajtjen?
3. Data: Kur është krijuar përmbajtja?
4. Vendndodhja: Ku është krijuar përmbajtja?

1. Origjina: Konfirmimi i autenticitetit të përmbajtjes

Nëse gjeni përmbajtje në një profil në rrjetet sociale, duhet të kryeni një sërë kontrollesh në atë profil për t'u siguruar që është i vërtetë.

Në rastin e një tuiti, kini parasysh se faqja lemmetweetthatforyou.com e bën çuditërisht të lehtë falsifikimin e një tuiti, i cili më pas mund të shpërndahet si fotografi.

Mënyrë tjetër se si njerëzit përhapin informacione të rreme në Twitter është duke e paraqitur informacionin e rremë si një ri-tuit. Për shembull: "Vërtet? RT@JoeBiden Po njoftoj tërheqjen time nga politika." Kjo e bën të duket sikur thjesht po ri-tuitoni një tuit origjinal.

Mashtruesit gjithashtu shpesh shtojnë një shenjë verifikimi blu të Twitter në cover-foton (fotografinë në krye të profilit) e llogarisë së rreme për ta bërë atë të duket legjitime. Për të kontrolluar nëse një llogari është vërtet e verifikuar, vendosni miun mbi shenjën blu dhe do të shihni nëse shfaqet teksti "llogari e verifikuar" ("verified account"). Nëse nuk del, atëherë nuk është një llogari e verifikuar.

Facebook filloi një program të ngjashëm verifikimi, duke përdorur të njëjtin sistem shenjash blu, për personat e famshëm, gazetarët dhe zyrtarët qeveritarë. Shenjat e verifikimit mund të shfaqen në faqet e Facebook-ut, si dhe në profilet personale. (Ashtu si me Twitter-in, Facebook-u e menaxhon programin e verifikimit dhe vendos se cilat kërkesa verifikimi do t'i pranojë.) Në faqet e Facebook-ut, si ajo e Usain Bolt më poshtë, shenja shfaqet poshtë cover-fotos, pranë emrit të personit.

Në profilet personale, shenja dalluese shfaqet në cover-foton. Ja profili i Liz Heron, redaktore për media në zhvillim në The Wall Street Journal:

Vlen të përmendet se, ashtu si në Twitter, ka njerëzit që kanë vendosur me Photoshop shenjat blu në fotot në krye të profilit. Pra, ashtu si me Twitter-in, nëse e mbani miun mbi shenjën blu, do të shfaqet fraza "profil i verifikuar".

Por, ashtu si me Twitter-in, mos harroni se procesi i verifikimit të profilit është larg të qenit transparent, kështu që me njerëz më pak të famshëm, mund të jetë e paqartë nëse një llogari e paverifikuar është e rreme, apo nëse ata thjesht nuk janë mjaft të famshëm për t'u verifikuar!

Por edhe me këto programe zyrtare verifikimi të vendosura, nuk ka mënyrë të shpejtë për të kontrolluar nëse një llogari është e vërtetë, përveç kontrolleve të kujdesshme të të gjitha detajeve të disponueshme në profil. Gjërat që duhen shqyrtuar përfshijnë faqet e internetit të lidhura, vendndodhja, fotografitë dhe videot e mëparshme, përditësimet e statusit ose tuitet e mëparshme. Cilët janë miqtë ose ndjekësit e tyre? Kë ndjekin ata? A shfaqen në listat e dikujt tjetër?

Nëse po shikoni një përmbajtje të pasur, siç është një foto ose video, një nga pyetjet e para është nëse kjo është përmbajtje e filmuar ose fotografi origjinale. Duke përdorur mjetet e kërkimit të kundërt të imazheve, si TinEye ose Google Images[3], mund të zbuloni nëse është postuar më parë në internet. (Për më shumë detaje mbi përdorimin e këtyre mjeteve, shihni Kapitullin 4 të këtij libri.)

Edhe pse mashtrimet e qëllimshme janë të rralla, ato ndodhin. Në vitet e fundit ka pasur video mashtruese relativisht të padëmshme të prodhuara nga kompanitë e PR që kërkojnë publicitet dhe nga studentë që përfundojnë një detyrë në fund të semestrit. Ka pasur gjithashtu përpjekje të qëllimshme për të krijuar përmbajtje të rreme, veçanërisht në Siri dhe Egjipt, ku diskreditimi i "armikut" mund të arrihet përmes përmbajtjes që duket e besueshme të shpërndarë në kanalet e mediave sociale.

Teknikat përfshijnë krijimin e një ueb-faqeje të rreme por me pamje identike dhe marrjen e përgjegjësisë për një sulm me bombë, ose inskenimin e një incidenti të tmerrshëm dhe fajësimin e palës tjetër. Manipulimi është relativisht i lehtë për t'u bërë sot, dhe pavarësisht nëse jeni Nancy Pelosi që përpiqet të krijojë një fotografi të të gjitha kongresisteve femra edhe kur disa prej tyre janë vonuar në fotografim, apo një grup aktivistësh sirianë që ndajnë video të një burri që duket sikur është varrosur i gjallë, çdo gazetar ose profesionist humanitar duhet të fillojë duke supozuar se një përmbajtje e UGC është e rreme. (Shihni Kapitullin 5 të këtij libri për më shumë detaje rreth verifikimit të videos.)

3. Një gazetar duhet t'i kontrollojë gjithmonë të dyja këto mjete. Ndonjëherë rezultatet mund të dalin në njërin dhe jo në tjetrin.

2. Vërtetimi i burimit

Qëllimi përfundimtar gjatë përpjekjes për të verifikuar UGC është të identifikohet ngarkuesi origjinal dhe të kontaktohet me të.

Në atë bisedë, pyetjet kryesore përfshijnë zbulimin se ku ka qëndruar dikush kur ka regjistruar pamjet, çfarë kanë pasur mundësi të shohin dhe llojin e kamerës së përdorur për të regjistruar pamjet. (Këto pyetje ofrojnë të dhënat thelbësore për t'iu përgjigjur testit thelbësor të Steve Buttry-t "Si e di këtë?" të përshkruar në kapitullin e mëparshëm.)

Nëse dikush përpiqet të transmetojë informacione të rreme, qoftë me apo pa qëllim, bërja e pyetjeve të drejtpërdrejta shpesh do të rezultojë në pranimin nga personi se në të vërtetë nuk i ka filmuar vetë pamjet. Përveç kësaj, është e mundshme të kryqëzohen përgjigjet e disa prej këtyre pyetjeve me informacionin e disponueshëm duke shqyrtuar të dhënat EXIF në një foto, ose duke krahasuar videon e një lokacioni specifik me Google Street View, të cilën e detajojmë në kapitujt në vijim.

Por së pari duhet të gjeni personin përgjegjës për përmbajtjen. Hulumtimi i historisë së një ngarkuesi mund të imitojë karakteristikat e një hetimi policor tradicional dhe ndoshta gjithashtu t'ju bëjë të ndiheni më shumë si një përndjekës (stalker) sesa si një gazetar ose hulumtues.

Disa njerëz listojnë shumë informacion në profilet e tyre sociale, dhe një emër të vërtetë (sidomos një që nuk është shumë i zakonshëm) mund të ofrojë një begati informacionesh. Pasi që njerëzit jetojnë gjithnjë e më shumë nga jeta e tyre në rrjete të ndryshme sociale, ata shpesh nuk janë të vetëdijshëm se si mund të kombinohen të dhënat për të ndërtuar një dosje të konsiderueshme informacioni. Një profil në YouTube me pak informacion personal të listuar, por që përfshin një URL të ueb-faqes mund ta drejtojë një gazetar deri te adresa, email-i dhe numri personal i telefonit të një personi, nëpërmjet ueb-faqes who.is.

3. Konfirmimi i datës së ngjarjes

Verifikimi i datës së një videoje mund të jetë një nga elementët më të vështirë të verifikimit. Disa aktivistë janë të vetëdijshëm për këtë fakt dhe do të tregojnë një gazetë të asaj dite, me datën të dukshme qartë kur ndajnë pamjet e tyre. Kjo padyshim nuk është dëshmi përfundimtare, por nëse një ngarkues i përmbajtjes bëhet i njohur dhe i besueshëm për organizatat, qofshin ato të lajmeve apo humanitare, ky është një informacion shtesë i dobishëm.

Kini parasysh se YouTube vulos datën e videos së tij duke përdorur Orën Standarde të Paqësorit (PST). Kjo ndonjëherë mund të nënkuptojë që videoja duket sikur është ngarkuar para se të ndodhë një ngjarje.

Një mënyrë tjetër për të ndihmuar në përcaktimin e datës është duke përdorur informacionin e motit. Wolfram Alpha është një motor njohurish kompjuterike që, ndër të tjera, ju lejon të kontrolloni motin në një datë e caktuar. (Thjesht shkruani një frazë si p.sh. "Si ishte moti në Karakas më 24 shtator 2013" për të marrë një rezultat.) Kjo mund të kombinohet me tuite dhe të dhëna nga parashikuesit lokalë të motit, si dhe me ngarkime të tjera të përmbajtjeve nga i njëjti vend në të njëjtën ditë, për të kryqëzuar të dhënat mbi motin.

4. Konfirmimi i vendndodhjes

Vetëm një përqindje e vogël e përmbajtjes gjeolokohet automatikisht, por platformat e hartëzimit - Google Maps, Google Earth, Wikimapia - ju lejojnë të pozicionoheni aty ku do të ishte vendosur kamera. Ky është një nga kontrollet e para që duhet të kryhet për video dhe foto, dhe është mjaft habitëse se çfarë mund të gjendet[4]. Gjetja e gjeolokacionit është gjithmonë më e vështirë, megjithatë, kur imazhet nuk janë të përditësuara, për shembull në Siri për shkak të dëmtimeve nga bombat ose granatimet, ose në Long Ajlend pas uraganit Sandy.

Aktivistët që janë të vetëdijshëm për sfidat e verifikimit shpesh e ngrenë kamerën përpjetë para ose pas filmimit të ndonjë pamjeje për të identifikuar ndonjë ndërtesë që mund të ndodhet në një hartë, qoftë kjo një kullë e lartë, një minare apo katedrale, apo ndonjë tabelë orientimi. Kjo është pjesërisht rezultat i organizatave të lajmeve që u kërkojnë grupeve të aktivistëve ta bëjnë këtë[5], si dhe i vetë aktivistëve që ndajnë këshilla rreth praktikave më të mira për të ngarkuar UGC.

4. Shihni këtë postim mbi gjetjen e gjeolokacionin të një shpërthimi të tankut në Siri: http://blog.storyful.com/2013/03/13/the-changing-nature-of-conflict-and-technology/
5. Shihni Studimin Harkin

VERIFIKIMI SI PROCES

Fatkeqësisht, njerëzit shpesh e shohin verifikimin si një veprim të thjeshtë po/jo: Diçka është verifikuar apo jo.

Në praktikë, siç përshkruhet më sipër dhe në kapitujt pasues, verifikimi është një proces. Është relativisht e rrallë që të gjitha këto kontrollime të japin përgjigje të qarta. Prandaj, është një vendim redaktorial vallë do të përdoret një përmbajtje që buron nga një dëshmitar.

Dy studime akademike të kohëve të fundit zbatuan analizë të përmbajtjes së botimeve në BBC dhe Al Jazeera Arabic. Ato zbuluan se, edhe pse këto kontrolle verifikimi ndërmerren nga stafi i redaktorëve dhe konsiderohen absolutisht të nevojshme, rezultatet e kontrolleve rrallë ndahen me audiencën.

Siç konkludoi Juliette Harkin në studimin e saj të vitit 2012, "As BBC në gjuhën arabe e as Al Jazeera në gjuhën arabe nuk përmendën në mënyrë të qartë në asnjë nga programet ose video kronikat që u vlerësuan nëse burimet ishin të verifikuara apo të besueshme. Shpjegimi i zakonshëm në transmetim 'kjo pamje e filmuar nuk mund të verifikohet' mungonte në të gjithë përmbajtjen e vlerësuar në këtë studim."[6]

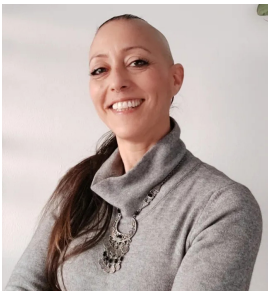
Kohët e fundit ka pasur lëvizje për të rritur transparencën ndaj publikut në lidhje me kontrollet e verifikimit të bëra nga gazetarët kur një pjesë e UGC përdoret nga ndonjë organizatë lajmesh. AP dhe BBC po punojnë për t'i bërë proceset e tyre të verifikimit më të qarta; në gusht të vitit 2013, BBC tha se që nga një studim gjithëpërfshirës mbi përdorimin e UGC gjatë Pranverës Arabe, "BBC ka miratuar formulime të reja fjalish për të gjitha pamjet e gjeneruara nga përdoruesit ku verifikimi i pavarur nuk ka qenë i mundur", duke i bërë të ditur audiencës së saj se çfarë di.

Ka të ngjarë që, brenda pak viteve të ardhshme, të shfaqet një gramatikë e re e verifikimit, pasi publiku pret t'i kumtohet se çfarë dihet dhe çfarë nuk dihet rreth një përmbajtjeje UGC që buron nga mediat sociale. Meqë publiku është në gjendje të shohë të njëjtat pamje si organizatat e lajmeve dhe të tjerët që mbledhin materiale nga turma/publiku, kërkohet ky nivel transparence dhe llogaridhënieje.

6. Shihni Studimin Harkin, fq. 31

Studimi i Rastit 3.1: Monitorimi dhe verifikimi gjatë Zgjedhjeve Parlamentare të Ukrainës

Anaj Ajala Jakuçi



Anaj Ajala Jakuçi (Anahi Ayala Iacucci) është këshilltare e lartë e inovacionit për Qendrën e Internews për Inovacion dhe Mësim dhe Projektin Media Humanitare të Internews. Gjatë katër viteve të fundit, ajo ka punuar në aplikimet e teknologjisë dhe inovacionit në krizat humanitare, zhvillimin e medias, parandalimin e konflikteve dhe të drejtat e njeriut në mbarë botën për organizata si Banka Botërore, OKB, NDI dhe Freedom House, ndër të tjera. Ajo shkruan bllogje në anahiayala.com dhe tuite në @anahi_ayala

Studimi i Rastit 3.1: Monitorimi dhe verifikim gjatë Zgjedhjeve Parlamentare të Ukrainës

Anaj Ajala Jakuçi

Gjatë zgjedhjeve parlamentare të Ukrainës në vjeshtë të vitit 2012, Internews Ukraina, një OJQ lokale e mbështetur nga organizata globale mediatike jofitimprurëse Internews, zbatoi një projekt të monitorimit të zgjedhjeve të quajtur Elect.UA. Ai përdori një përzierje të crowd-sourcing-ut, telefonave celularë, mediave sociale, monitorimit profesional zgjedhor dhe monitorimit të medias për të mbikëqyrur fushatën zgjedhore dhe shkeljet e mundshme ose manipulimin e rezultateve.

Projekti u ndërtua mbi një strukturë mjaft komplekse: 36 gazetarë në të gjithë vendin raportuan storie gjatë fushatës zgjedhore dhe në ditën e zgjedhjeve. Në të njëjtën kohë, tre organizata të ndryshme të monitorimit zgjedhor kishin punonjës që raportonin në të njëjtën platformë duke përdorur SMS, formularë onlajn dhe email-e. Elect.UA gjithashtu ftoi ukrainasit të raportonin rreth përvojës së tyre zgjedhore duke përdorur mediat sociale (Twitter dhe Facebook), teknologjinë mobile (SMS dhe një numër linje telefonike), aplikacion për telefon të mençur, formular onlajn ose e-mail.

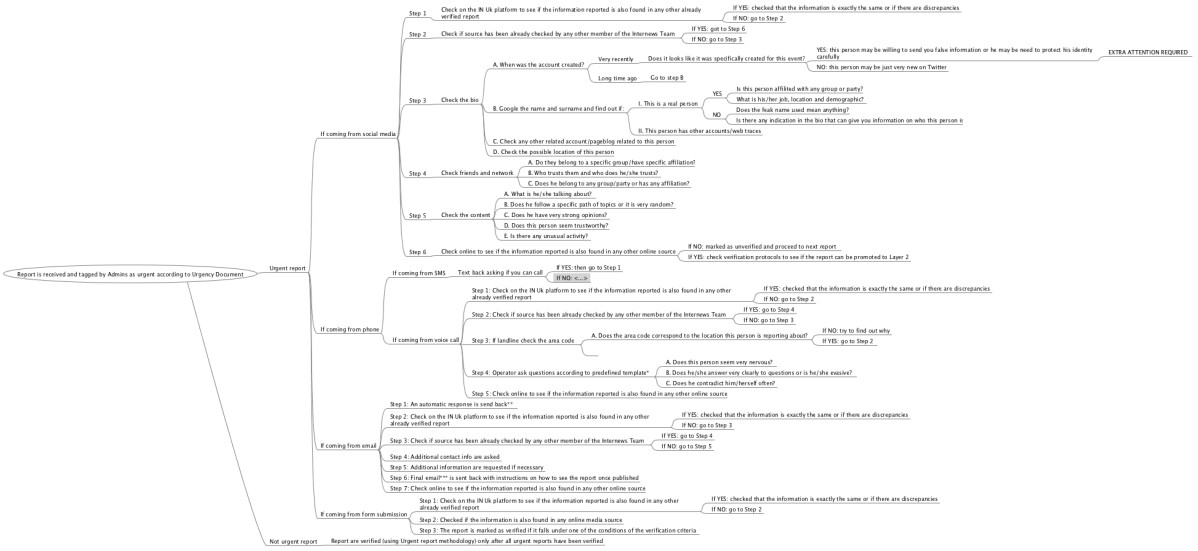


Të gjitha informacionet që vinin nga gazetarët dhe vëzhguesit zgjedhorë të trajnuar nga Internews u shënjuan automatikisht si të verifikuara, ndërsa mesazhet nga turma/publiku u verifikuan nga një ekip prej 16 administratorësh në Kiev.

Për mesazhet që vinin nga turma, ekipi i administratorëve krijoi një protokoll verifikimi bazuar në burimin e informacionit: teknologji mobile, media sociale, formular onlajn ose e-mail.

Për secilin burim, ekipi përpiqej të verifikonte dërguesin e informacionit (kur ishte e mundshme), përmbajtjen e informacionit dhe kontekstin. Për secilin prej këtyre komponentëve, ekipi përpiqej gjithashtu të përcaktonte nëse diçka mund të verifikohej 100 për qind, apo vetëm pjesërisht.

Për informacionin që vjen nëpërmjet mediave sociale, imazhi më poshtë tregon modelin e drurit të vendimeve të përdorur nga administratorët në procesin e verifikimit.



Hapi i parë ishte të kryhej një onlajn kërkim i informacionit dhe burimit të tij për të identifikuar të gjitha gjurmët e mundshme digjitale të atij personi dhe të përmbajtjes. (Për shembull, ne shqyrtuam llogari të tjera në mediat sociale, përmendjet në artikujt e medias, informacionin rreth universitetit, përkatësitë, etj.). Kërkimi kishte për qëllim përcaktimin nëse personi ishte një burim i besueshëm, dhe nëse kishte një gjurmë të informacionit që ai kishte dhënë diku tjetër onlajn.

Hapi i dytë ishte përdorimi i informacionit të mbledhur për të ndërtuar një profil të personit, si dhe një profil të përmbajtjes që ai kishte ofruar. Për secilin prej 5W-ve - kush, çfarë, kur, ku dhe pse - administratorët duhej të përcaktonin me kujdes se çfarë mund të dëshmonin dhe çfarë jo.

Për përmbajtjen multimediale, protokolli i verifikimit të burimit ishte i njëjtë, por ne kishim një shteg të ndryshëm për përmbajtjen. Fotot dhe videot u verifikuan duke kërkuar çdo pikë referimi të identifikueshme dhe duke kryer një analizë të audios (për të dëgjuar gjuhën, dialektet, fjalët zhargon, zhurmën në sfond, etj.), të veshjes dhe dritës (artificiale ose natyrore), ndër elementët të tjerë në përmbajtje.

Kur një informacion nuk mund të verifikohej me një shkallë të mjaftueshme të sigurisë, raporti kthehej prapa te ndonjë monitorues zgjedhor ose reporter në terren për verifikim personal, në kohë reale.

Për shembull, më 28 shtator 2012, Elect.UA pranoi një mesazh anonim nëpërmjet ueb-faqes së tij se kandidati për deputet Leonid Datsenko ishte ftuar për një diskutim nga një i panjohur, dhe më pas ishte kërcënuar me qëllim që ta detyronin të tërhiqej nga zgjedhjet.

Të nesërmen, administratorët e platformës gjetën një artikull në një burim të besueshëm mediatik që përfshinte një regjistrim të shkëmbimit. Ne ende e mbajtëm raportin për verifikim, e më pas, më 1 tetor, gazetarët vendas raportuan për një konferencë shtypi rreth incidentit. Gazetarët vendas të Elect.UA zhvilluan gjithashtu intervista me shërbimet lokale të zbatimit të ligjit, të cilët e pranuan këtë rast si të vërtetë.

Në përgjithësi, ekipi i Elect.UA arriti të verifikojë një sasi të jashtëzakonshme informacioni duke përdorur këto protokolle, dhe gjithashtu vuri re se sa më shumë administratorët njihesh-in me procesin e verifikimit, aq më shpejt ishin në gjendje të punonin. Kjo vërteton se verifikimi i përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit është një aftësi që mund të sistematizohet dhe mësohet, duke rezultuar në rezultate efikase dhe të besueshme.

KAPITULLI 4:
VERIFIKIMI I IMAZHEVE

Trushar Baro



Trushar Baro (Trushar Barot) është ndihmës-redaktor në Hub-in e Mediave Sociale dhe Përmbajtjes së Gjeneruar nga Përdoruesit në BBC News. Ai ka punuar në mediat britanike për 15 vitet e fundit, në gazeta, televizion, radio, onlajn, rrjete sociale dhe media digjitale. Gjatë 4 viteve të fundit, ai ka ndihmuar në zhvillimin dhe zbatimin e strategjisë së mediave sociale të BBC News dhe "redaksisë sociale" në selinë e saj të re në Londrën Qendrore. Ai shkruan tuite në @trushar.

Një imazh i fuqishëm mund të përcaktojë një storie.

Ky ishte sigurisht rasti për Hub-in e Përmbajtjes së Gjeneruar nga Përdoruesit të BBC News në fillim të korrikut 2005. Kishte kaluar një javë që kur pilot - ekipi nismëtar u krijua për të ndihmuar në sistemimin e përmbajtjes që i dërgohej BBC News nga audiencat e saja, dhe për të ndihmuar në shfaqjen e më të mirës prej saj në TV, radio dhe onlajn.

Atëherë, ndodhën bombardimet e 7 korrikut në Londër.

Atë mëngjes, ndërsa BBC dhe organizata të tjera lajmesh raportuan për një rritje të papritur të tensionit të energjisë elektrike në Metronë e Londrës, ekipi i UGC filloi të shihte një tregim shumë të ndryshëm që po dilte në pah nëpërmjet përmbajtjes së dërguar në BBC News drejtpërsëdrejti nga audienca e saj.



Foto: Alexander Chadwick

Ky ishte një nga imazhet e para që pranoi ekipi. Përpara se të transmetohej, imazhi u ekzaminua nga afër dhe krijuesi u kontaktua për të verifikuar tregimin e tij dhe detajet e asaj që kishte parë. Fotografia pa dashje u bë një nga shembujt e parë të procesit të verifikimit të imazhit UGC, i cili që atëherë ka lëvizur drejt praktikës standarde në të gjithë industrinë.

Ai imazh, dhe të tjerë si ai, treguan terrorin dhe kaosin në Londër gjatë momenteve menjëherë pas sulmeve. Si rezultat, kjo siguroi që raportimi i stories të ndryshonte shpejt. Ishte shembulli i parë domethënës i UGC që u provua si kritik për të ndihmuar BBC News të tregonte një storie të madhe më saktë, më mirë dhe më shpejt.

Sot, ekipi UGC është i integruar në zemër të redaksisë së BBC-së. 20 gazetarët e saj punojnë në platforma TV, radio, onlajn dhe të mediave sociale për të prodhuar përmbajtje me burim ose direkt nga audienca e BBC-së, ose më gjerë nga uebi.

Verifikimi është thelbësor për suksesin e asaj që prodhon ekipi UGC. Teknologjia ka ecur përpara ndjeshëm që nga viti 2005, duke sjellë një rritje eksponenciale në përdorimin e rrjeteve sociale dhe në fuqinë e telefonave celularë. Këto ndryshime ofrojnë përfitime të mëdha në proceset tona të mbledhjes së lajmeve, veçanërisht në lajmet e fundit; ato sjellin gjithashtu sfida të mëdha.

Qoftë për një organizatë globale lajmesh të besueshme si BBC apo për një profesionist humanitar në terren, nevoja për të qenë i shpejtë në mbledhjen dhe shpërndarjen e imazheve kyçe në një storie të lajmeve të fundit duhet të balancohet me nevojën për t'u siguruar që imazhet janë të besueshme dhe autentike. Gjithashtu duhet të sigurohemi që të drejtat e autorit të jenë të mbrojtura dhe të kërkohen lejet e duhura.

Që nga ajo ditë në vitin 2005, ekipi i UGC ka zhvilluar një numër qasjesh për të ndihmuar në këtë proces. Përderisa teknologjia do të vazhdojë të ndryshojë - ashtu si edhe mjetet që përdorim - parimet themelore të verifikimit të imazheve mbeten të njëjta:

1. Përcaktoni autorin/origjinatorin e imazhit.
2. Vërtetoni vendndodhjen, datën dhe kohën e përafërt kur është regjistruar imazhi.
3. Konfirmoni që imazhi është ajo që është shënjuar/sugjeruar se është e shfaqur.
4. Merrni leje nga autori/origjinatori për të përdorur imazhin.

Le t'i shqyrtojmë këto pika në më shumë detaje.

1. Përcaktoni autorin/origjinatorin e imazhit

Mënyra më e qartë — dhe zakonisht më efektive — për ta bërë këtë është të kontaktoni ngarkuesin dhe ta pyesni drejtpërdrejt nëse ai është me të vërtetë personi që e ka bërë imazhin.

Kontaktimi me ngarkuesin përmes llogarisë së rrjetit social ose adresës së email-it nga e cila është ndarë imazhi është një hap i parë, por është gjithashtu e rëndësishme të përpiqemi të zbulojmë sa më shumë që të jetë e mundur rreth identitetit të ngarkuesit. Këto detaje mund të ndihmojnë në përcaktimin nëse ai është në të vërtetë burimi origjinal i imazhit.

Siç është përshkruar në kapitullin e mëparshëm, në shumë raste, njerëzit mund të përpiqen të jenë të dobishëm duke ripostuar imazhe që i kanë parë diku tjetër. Kjo u ndodh shpesh organizatave të lajmeve - imazhet dërgohen nga pjesëtarë të publikut me qëllime të mira për të ndihmuar në raportimin e një storie. Vetëm duke pyetur dërguesin të konfirmojë nëse imazhi është i tij apo jo, mund të kursehet shumë kohë në procesin e verifikimit.

Ndërsa gjurmimi i burimit të një imazhi fillon me personin që e ka ngarkuar atë, shpesh përfundon me një person të ndryshëm - atë që në të vërtetë e ka regjistruar imazhin.

Siç referohet në një kapitull të mëparshëm, një hap i rëndësishëm është të përdorni shërbime si Google Reverse Image Search ose TinEye. Kopjoni dhe ngjitni URL-në e imazhit ose një kopje të imazhit në secilin prej tyre, dhe ata do të skanojnë uebin për të parë nëse ka ndonjë përputhje. Nëse shfaqen disa lidhje për të njëjtin imazh, klikoni te “shiko madhësi të tjera” (view other sizes) për të hetuar më tej.

Zakonisht, imazhi me rezolucionin/madhësinë më të lartë duhet t’ju çojë te burimi origjinal. (Në Google Images, rezolucioni për secilin rezultat të imazhit është i listuar menjëherë pranë vetë imazhit.) Pastaj mund ta krahasoni atë me imazhin që keni dhe të shihni nëse burimi duket autentik.

Shumë shpesh gjatë një ngjarjeje lajmesh të fundit, nuk do të ketë imazhe të njerëzve specifikë me të cilët dëshironi të ilustroni storien (veçanërisht nëse përfshijnë pjesëtarë të zakonshëm të publikut). Si alternativë, mund të tentoni të konfirmoni që një imazh që e keni për dikë është në të vërtetë ai vetë, e jo dikush tjetër me të njëjtin emër.

Për këtë, Pipl.com më ka rezultuar veçanërisht i dobishëm, pasi ju lejon të krahasoni emrat, emrat e përdoruesve, adresën e email-it dhe numrat e telefonit me profilet onlajn të njerëzve. Për kërkimet ndërkombëtare, WebMii është një resurs shtesë që mund të ndihmojë. LinkedIn gjithashtu po rezulton të jetë një mënyrë e shkëlqyer për të verifikuar individët dhe shpesh ofron kontakte shtesë që të mund t’i gjeni ata (përmes kompanive/organizatave me të cilat janë të lidhur aktualisht ose më parë).

2. Vërtetoni vendndodhjen, datën dhe kohën e përafërt kur është regjistruar imazhi

Ekzistojnë disa mënyra të dobishme gazetareske dhe teknike për të përcaktuar informacione të tilla si data, vendndodhja dhe detaje të tjera të rëndësishme. Një mënyrë thelbësore për të mbledhur këto informacione është kur flisni me krijuesin/ngarkuesin e imazhit. Këto pesë pyetje vazhdojnë t'i rezistojnë testit të kohës:

- Kush janë ata?
- Ku janë ata?
- Kur kanë mbërritur atje?
- Çfarë mund të shohin (dhe çfarë tregon fotografia e tyre)?
- Pse janë ata atje?

Një aspekt i rëndësishëm që duhet theksuar këtu: Nëse imazhi është nga një vendndodhje e rrezikshme, sigurohuni gjithmonë se personi me të cilin po flisni është jashtë rrezikut për të biseduar me ju. Gjithashtu, kini kujdes për çdo çështje lidhur me identifikimin e burimit përmes çdo detaji që transmetoni për të ose imazhet e tij.

Nga përvoja jonë në BBC, njerëzit që ishin vërtet atje do të japin përgjigje vizuale, shpesh duke i përshkruar detajet në kohën e tashme. ("Jam në mes të Rrugës X; mund ta shoh dhe ta dëgjoj Y") Sa më e paqartë të jetë përgjigjja, aq më shumë kujdes duhet të tregoni për atë që po ju thotë burimi.

Një teknikë tjetër e dobishme është t'i kërkohet personit të dërgojë çfarëdo imazhesh shtesë të shkrepur në të njëjtën kohë. Është e rrallë që dikush të bëjë vetëm një fotografi në një situatë që vlen të përbëjë lajm. Të keni më shumë se një imazh ndihmon të mësoni më shumë rreth asaj se si janë zhvilluar ngjarjet në fjalë.

Pasi të keni mbledhur rrëfimin e burimit se si është bërë imazhi, punoni për të vërtetuar më tej informacionin. Mund të përdoren dy metoda kryesore për të hetuar përmbajtjen e vetë fotos dhe për ta krahasuar me atë që ju është thënë nga burimi.

Së pari, kontrolloni nëse imazhi ka ndonjë metadata (meta - të dhëna). Meta - të dhënat, të cilat emërtohen edhe si të dhëna "EXIF" kur bëhet fjalë për imazhet digjitale, i referohen informacionit të ngulitur (embeduar) në një imazh. Nëse imazhi është origjinal, ka shumë mundësi që të shihni informacion në lidhje me markën dhe modelin e kamerës, vulën kohore të imazhit (megjithatë, kini kujdes - nëse ka një të tillë, ajo mund të jetë ende e vendosur sipas cilësimeve të fabrikës së prodhuesit ose në një zonë tjetër kohore) dhe dimensionet e imazhit origjinal, ndër detaje të tjera. Mund të përdorni softuer si Photoshop (shikoni informacionin e fajlit) ose të kërkoni mjete falas onlajn si Fotoforensics.com ose Findexif.com për të gjeneruar një EXIF raport.

Ngarkoni imazhin dhe lexuesi EXIF do të kthejë prapa çdo informacion që përmbahet në imazh. Disa nga informacionet janë të dobishme për ata që kanë një kuptim më të madh teknik të fotografisë digjitale. Por për personin e zakonshëm, të dhëna të tilla si data kur është bërë origjinalisht fotografia ose lloji i kamerës që e ka bërë imazhin mund të ndihmojnë ndonjëherë në ekspozimin e një burimi të rremë.

Një shënim për kujdes këtu: Shumica e faqeve të imazheve në mediat sociale si Twitter, Facebook dhe Instagram e heqin shumicën e metadatave origjinale nga imazhet kur ato ngarkohen në platformat e tyre, nëse jo të gjitha. (Flickr duket të jetë një përjashtim nga kjo.)

Së dyti, krahasoni imazhin me burime të tjera. Zgjoni hetuesin brenda jush duke e shqyrtuar së afërmi imazhin. Shumë shpesh do të ketë të dhëna që mund t'ju ndihmojnë të verifikoni vendndodhjen dhe kohën kur është bërë:

- Targat/numrat e automjeteve
- Kushtet e motit
- Pikat e njohura të atij vendi
- Lloji i veshjes
- Sinjalistika/mbishkrimet
- A ka ndonjë shitore ose ndërtesë të identifikueshme?
- Çfarë është lloji i terrenit/mjedisit në pamje?

3. Konfirmoni që imazhi është ajo që është shënjuar/sugjeruar se është e shfaqur

Një imazh mund të jetë autentik, por mund të jetë shënjuar (etiketuar) në mënyrë të pasaktë. Për shembull, gjatë Uraganit Sandy, ky imazh u përhap gjerësisht në Twitter dhe u përshkrua si një pamje e tre ushtarëve që bënin roje në Varrin e Ushtarit të Panjohur gjatë stuhisë:



Imazhi ishte i saktë në kuptimin që tregonte ushtarët te Varri. Por ishte shkrepur një muaj më parë, e jo gjatë Sandy-t. Fotografia ishte postuar në faqen e Facebook-ut të Armatës së Parë - Divizionit Lindor.

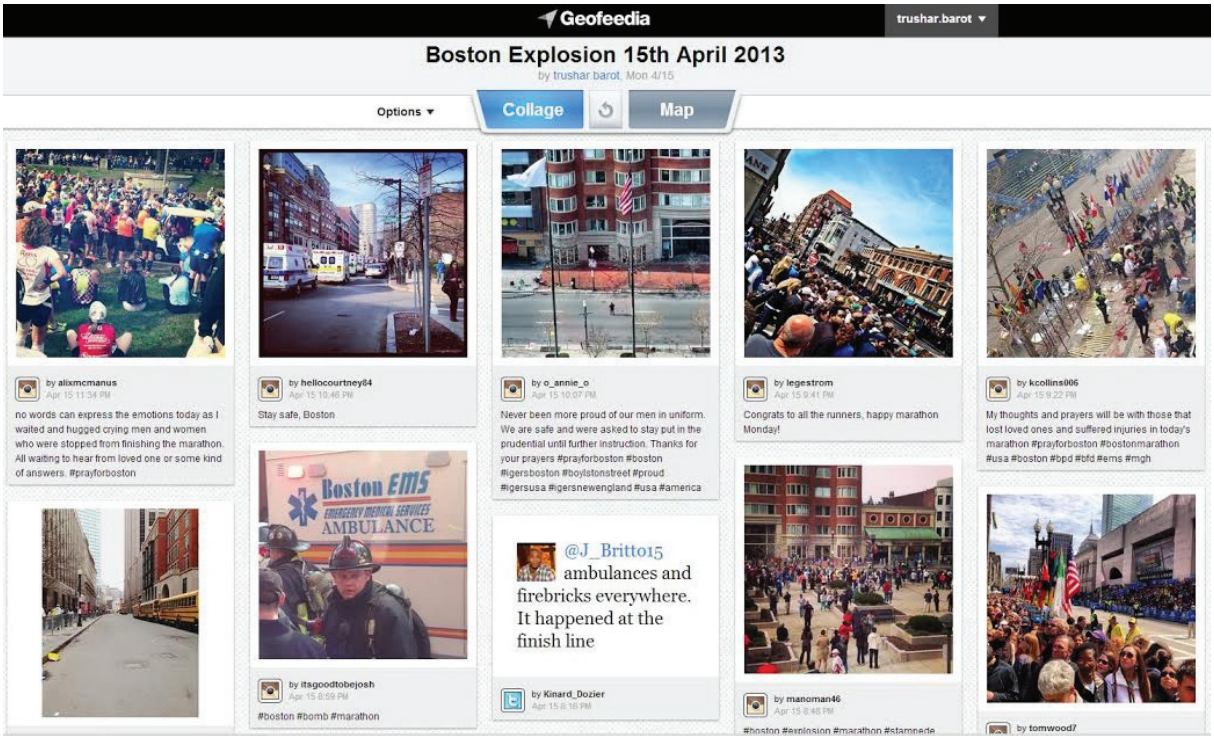
Si pjesë e verifikimit të datës, orës dhe vendndodhjes së përafërt të një imazhi, është gjithashtu e rëndësishme të konfirmoni që imazhi është ai që pretendon të jetë. Një imazh autentik prapëseprapë mund të vendoset në një kontekst të rremë.

Përdorni Google Maps, Bing Maps ose Wikimapia që t'ju ndihmojnë për të vërtetuar vendndodhjet. Imazhet UGC po shënjohen (tag-ohen) gjithnjë e më shumë në këto shërbime tani, dhe ato gjithashtu mund të ofrojnë udhëzime të dobishme për të vazhduar hetimin, si dhe kënde të ndryshme të lokacioneve që po hetoni. (Mësoni më shumë rreth përdorimit të këtyre shërbimeve të hartëzimit për verifikim në Kapitullin 5: Verifikimi i Videos.)

Përdorni faqet e motit që mund t'ju japin raporte të sakta të kushteve në atë vendndodhje dhe në atë datë për të konfirmuar nëse moti në imazh përputhej. Siç u përmend në kapitullin e mëparshëm, Wolfram Alpha është shumë i mirë në kërkimin e raporteve të motit në kohë dhe vende specifike.

Nëse brenda imazhit ka shkrime (p.sh. në një tabelë apo shenjë) në një gjuhë tjetër, përdorni Google Translate për të parë nëse mund t'ju japë një indikacion tjetër për vendndodhjen. Mjeti i leximit optik të karaktereve free-ocr.com mund të jetë gjithashtu i dobishëm nëse doni të nxirrni tekst nga një imazh - të cilin më pas mund ta kaloni përmes një përkthimi onlajn.

Shërbimet e vendndodhjes së mediave sociale si Geofeedia dhe Ban.jo gjithashtu mund të ndihmojnë në përcaktimin e vendndodhjes nga e cila është ngarkuar një imazh. Këto shërbime përdorin të dhënat GPS nga pajisja mobile që ka ngarkuar imazhin. Edhe pse ato tani kapin vetëm një përqindje të vogël të përmbajtjes së mediave sociale të ngarkuar nga një vendndodhje e caktuar, ato ofrojnë një filtër fillestar të dobishëm. Imazhi më poshtë është një shembull i disa prej fotove të kapura nga Geofeedia menjëherë pas shpërthimeve në maratonën e Bostonit:



Së bashku me këto mjete dhe teknika, për imazhet është gjithashtu e dobishme të kontrollohet nëse imazhe të ngjashme po shpërndahen nga organizatat ose agjencitë zyrtare të lajmeve. A ka çfarëdo imazhesh nga ai lokacion që po ngarkohen në mediat sociale nga të tjerët? Nëse ato tregojnë një skenë të ngjashme nga një kënd tjetër, kjo do të ndihmojë gjithashtu në përcaktimin e besueshmërisë së imazhit.

Së fundmi, në një lajm të madh, ia vlen gjithmonë të kontrolloni dy herë nëse një imazh veçanërisht i fuqishëm që keni hasur shfaqet në Snopes, që është i specializuar në përgënjeshtrimin e legjendave urbane dhe informatave të pasakta në internet.

4. Merrni leje nga autori/origjinatori për të përdorur imazhin

Është gjithmonë praktikë më e mirë të kërkohet leje nga mbajtësi i të drejtës së autorit të imazheve. Për më tepër, ligjet e të drejtës së autorit në shumë vende janë gjithnjë e më të qarta se krijuesi mund të kërkojë dëmshpërblime nëse nuk kërkohet ose jepet leje.

Termat dhe kushtet në lidhje me të drejtën e autorit të përmbajtjes së ngarkuar në faqet e mediave sociale ndryshojnë nga shërbimi në shërbim. Disa, si Flickr, tregojnë qartë pranë imazhit nëse fotografuesi ka ruajtur të gjitha të drejtat e autorit, ose nëse ai lejon përdorimin e Creative Commons. (Është një ide e mirë të lexoni mbi licencat Creative Commons në mënyrë që të jeni të njohur me ndryshimet mes tyre.)

Kur kërkoni leje, është e rëndësishme të keni parasysh disa detaje:

- Bëhuni të qartë në lidhje me imazhin/imazhet që dëshironi të përdorni.
- Shpjegoni se si do të përdoren imazhet.
- Sqaroni se si dëshiron të përmendet/atribuohet fotografuesi (emri, emri i përdoruesit, etj., duke pasur parasysh se në disa raste ata mund të dëshirojnë të mbeten anonimë).

Më e rëndësishmja, mbani mend se nëse i keni kaluar kontrollet dhe proceset e mësipërme dhe ende keni dyshime, mos e përdorni imazhin!

Studimi i rastit 4.1: Verifikimi i një topi të çuditshëm plazhi gjatë një stuhie

Filipa Llo dhe Kerollajn Benok

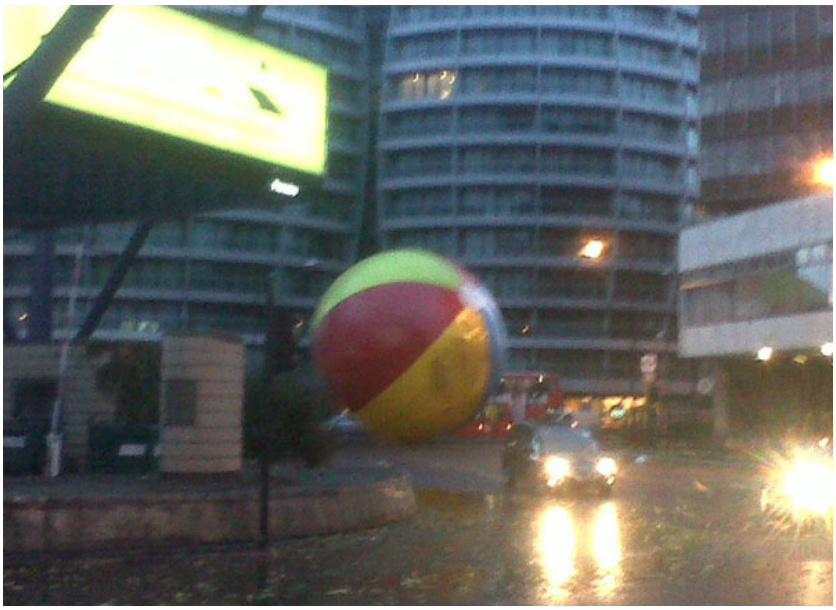




Filipa Lo (Philippa Law) dhe **Kerollajn Benok (Caroline Bannock)** drejtojnë GuardianWitness, platformën e hapur të gazetarisë të The Guardian ku lexuesit ndajnë videot, imazhet dhe storiet e tyre. Benok më parë ishte producente e lartë lajmesh dhe redaktore e jashtme në detyrë për Channel 4 News. Ajo shkruan tuite në @carlanine. Llo ka qenë radio producente e BBC-së dhe ka doktoraturë në pjesëmarrjen e audiencës për mediat në gjuhët e pakicave. Ajo shkruan tuite në@philonski.

Erërat e fuqishme të stuhisë dhe shiu sollën përmbytje dhe ndërprerje të energjisë elektrike në jug të Mbretërisë së Bashkuar në tetor të vitit 2013. Kjo ngjarje preku shumë njerëz, kështu që për të zgjeruar dhe pasuruar raportimin e The Guardian, u kërkuam lexuesve tanë të ndajnë fotot, videot dhe storiet e tyre për çrregullimin përmes platformës sonë për përmbajtje të gjeneruar nga përdoruesit, GuardianWitness.

Ndër kontributet që morëm ishte një foto e çuditshme e asaj që dukej të ishte një top gjigant plazhi shumëngjyrësh, të paktën dyfishi i lartësisë së një autobusi me dy kate, i cili lëvizte lirshëm në rrethrrotullimin e Old Street në Londër. Ky ishte një nga ato imazhe që menjëherë ngjall pyetjen: "A është kjo shumë e mirë për të qenë e vërtetë?" Ne ishim shumë të vetëdijshëm se mund të ishte një mashtrim.



Filluam të verifikojmë foton e përdoruesit duke e kaluar atë në “Google reverse image search” dhe TinEye për të vërtetuar që imazhi nuk ishte huazuar nga ndonjë ueb-faqe tjetër. Përdoruesit shpesh përpiqen të na tregojnë një ngjarje lajmesh duke dërguar fotografi që janë publikuar në faqe të tjera lajmesh ose janë ndarë në Twitter dhe Facebook. Andaj, një kërkim i kundërt i imazheve është gjithmonë kontrolli i parë që bëjmë.

Në rastin e topit stërmadh të fryrë, Google nuk dha rezultate — gjë që sugjeronte se fotografia ishte ose origjinale ose shumë e re dhe nuk ishte kapur nga ndonjë organizatë tjetër lajmesh — ende. Përmbajtja e mirë publikohet shumë shpejt!

Mjeti më i rëndësishëm i verifikimit që kemi është bisedë e drejtpërdrejtë me përdoruesin. Çdo kontribues në GuardianWitness duhet të ndajë një adresë e-maili, megjithëse nuk ka garanci se është e saktë. Kështu që i dërguam e-mail përdoruesit në fjalë për të provuar të vendosim kontakt. Ndërkohë, vazhduam me kontrollet tona të verifikimit.

Zakonisht verifikojmë se ku është bërë një foto duke e krahasuar atë me imazhet në Google Street View, por meqenëse ekipi ynë e njeh zonën e Old Street, e njohëm pamjen në foto dhe ishim mjaft të sigurt se fotografia ishte shkrepur atje. Edhe pse e njihnim zonën, nuk na kujtohej të kishim parë një top gjigant plazhi - kështu që kërkuam onlajn për prova të mëhershme. Zbuluam se më parë ka qenë i lidhur në majë të një ndërtese aty pranë. Ky zbulim nënkuptonte se imazhi dukej më pak si mashtrim sesa që dukej fillimisht.

Kontrolluam në Twitter për përmendje të topit të plazhit atë mëngjes dhe ishim në gjendje të konfirmojmë se ka pasur pamje të tjera rreth kohës kur përdoruesi pretendonte se e kishte bërë foton. Kërkimi ynë në Twitter zbuloi gjithashtu një foto të mëvonshme, të bërë nga një përdorues tjetër, pasi topi ishte shfryrë.

Më në fund, përdoruesi na kontaktoi dhe, duke folur me të në telefon, arritëm të konfirmonim se ai e kishte shkrepur vetë foton.

Pasi ndërmorëm të gjitha këto hapa për të verifikuar imazhin, ishim të lumtur që storia i rezistoi shqyrtimit të hollësishëm. Imazhi magjepsës i një topi plazhi që fluturonte në shiun e rrëmbyeshëm u publikua në bllogun live të The Guardian dhe u shpërnda gjerësisht në mediat sociale.

Studimi i rastit 4.2: Verifikimi i dy “peshkaqenëve të rrugës” të dyshimtë gjatë Uraganit Sandy

Tom Filips



Tom Filips (Tom Phillips) është gazetar i lartë në BuzzFeed UK. Ai më parë ka punuar për gazetën britanike Metro, ka qenë redaktor ndërkombëtar në MSN, dhe së fundmi ka ndihmuar në lëshimin në përdorim të UsVsTh3m, një “start-up” eksperimental i fokusuar në rrjetet sociale për Trinity Mirror. Në kohën e lirë, ndër të tjera, ai drejton Is Twitter Wrong? (A gabon Twitter-i), një përpjekje kohëpaskohë e suksesshme për të bërë verifikim faktesh në kohë reale mbi imazhet dhe tuitet virale. Shkruan tuite në @flashboy.

Kur Uragani Sandy goditi Nju Jorkun dhe Nju Xhersin, unë po drejtoja një bllog të quajtur “A është Twitteri gabim?” (“Is Twitter Wrong?”), një eksperiment për verifikimin e fakteve te imazhet virale.

Kur një fatkeqësi e madhe natyrore godet një zonë të populluar dendur me përdorues intensivë të mediave sociale - dhe me kompani mediatike - një nga rezultatet është një numër i madh imazhesh për t’u shqyrtuar. Dallimi i të mirës nga e keqja papritmas hipi lartë si pjesë e agjendës editoriale.

Një palë imazhesh veçanërisht virale tregonin një peshkaqen që supozohej se notonte në një rrugë të përmbytur në Nj Xhersi. Vendosa bashkëpunim me Alexis Madrigal nga The Atlantic për të provuar të verifikojmë këto imazhe.

Një aspekt i imazheve, të paraqitura më poshtë, është se ato ishin të çuditshme mjaftueshëm për të nxitur dyshim, megjithatë nuk ishin aq të pabesueshme sa për t’i hedhur poshtë menjëherë. Në fund, ato rezultuan shumë të vështira për t’u përgënjeshtruar përfundimisht.





Imazhet ekzistuese që janë atribuuar gabimisht (ndoshta forma më e zakonshme e “fejkut”) shpesh mund të përgënjeshtrohen brenda pak sekondash përmes një kërkimi të kundërt të imazheve. Ndërsa fotografitë e ngjarjeve të mëdha shpesh mund të verifikohen të paktën pjesërisht duke gjetur imazhe që konfirmohen reciprokisht nga burime të shumëfishta.

Por asnjëra prej këtyre nuk funksionon për një rastësi unike që është ose një fotografi origjinale ose një mashtrim origjinal. (Përvoja ime është se verifikimi i imazheve që nuk mund të përgënjeshtrohen/verifikohen brenda pak minutash ka tendencë të zgjasë shumë më tepër.)

Në fund të fundit, ndonjëherë nuk ka zëvendësim për qasjen e punës brutale që shpenzon shumë kohë për verifikim të imazhit: gjurmimi i përhapjes së një imazhi prapa në kohë përmes mediave sociale për të zbuluar origjinalin; ecja nëpër rrugët e Google Street View për të gjetur vendndodhjen e përafërt; dhe/ose shfletimi i faqeve të rezultateve të Google Image për një fjalë kyçe të caktuar, duke kërkuar imazhe të mundshme burimore.

Në këtë rast, qasja e kërkimit të imazheve në Google dha fryte — arritëm të gjenim imazhin e saktë të pendës së një peshkaqeni që ishte fotoshopuar (montuar) në njërën nga fotografitë.



Por edhe atëherë, nuk ishim në gjendje të thoshim që imazhi tjetër ishte padyshim i rremë. Ai përdorte një peshkaqen tjetër.

Përpjekjet tona për të gjetur origjinën e të dy imazheve të peshkaqenëve vazhduan të hasnin në pengesën e njerëzve që thoshin, në mënyrë të paqartë, se ishte “nga Facebook”. Më në fund e gjetëm postuesin origjinal në Facebook nëpërmjet një tuiti që na drejtoi në një faqe lajmesh që atribuonte burimin. (Si lajmi ashtu edhe postimet në Facebook janë zhdukur që atëherë nga uebi.) Por as kjo nuk ndihmoi plotësisht, pasi fotot e tjera të pronarit të faqes tregonin përmbytje të vërteta në të njëjtin lokacion në Brigantine, Nju Xhersi. Ai gjithashtu këmbënguli në përgjigjet ndaj miqve se fotografitë e peshkaqenëve ishin të vërteta. (Në retrospektivë, ai dukej se ishte i përqendruar kryesisht në mashtrim humori të rrethit të tij shoqëror, sesa që dëshironte të mashtrojë të mbarë internetin.)

Fakti që ai pretendonte se një imazh padyshim i rremë është i vërtetë, mjaftoi që ne ta vendosim imazhin tjetër të peshkaqenit në kategorinë “pothuajse me siguri të rreme”. Por ende nuk e dinim me siguri. Vetëm të nesërmen, kur faqja e verifikimit të fakteve Snopes arriti të identifikonte imazhin burimor, ishim në gjendje ta bënim atë vendim me 100 për qind siguri. Ky ishte imazhi i peshkaqenit që u përdor për të krijuar imazhin e rremë:



Ky mund të jetë mësimi kryesor nga Sandy: Sidomos në situata që zhvillohen me shpejtësi, verifikimi shpesh ka më pak të bëjë me sigurinë absolute dhe më shumë me gjykimin e nivelit të besueshmërisë së pranueshme. Jini të hapur në lidhje me pasiguritë tuaja, tregoni punën tuaj dhe bëjani të qartë lexuesit llogaritjen tuaj të mundësisë së gabimit kur bëni vlerësimin e një imazhi.

KAPITULLI 5:
VERIFIKIMI I VIDEOS

Mallakaj Braun



Mallakaj Braun (Malachy Browne) është redaktor i lajmeve në Storyful, agjenci e parë e lajmeve të epokës së mediave sociale. Me seli në Dublin dhe me staf në Azi dhe SHBA, Storyful i ndihmon klientët e saj të lajmeve të zbulojnë, verifikojnë dhe shpërndajnë përmbajtjen më të vlefshme të gjeneruar nga përdoruesit në platformat e mediave sociale. Para Storyful, Braun ka krijuar dhe redaktuar Politico.ie, ueb-faqe politike irlandeze dhe arkiv lajmesh. Ai ka punuar për revistën politike irlandeze Village nga viti 2006 deri në 2008 dhe ka qenë redaktor i ueb-faqes së revistës, Village.ie. Si programues i mëparshëm kompjuterash, Braun beson fuqimisht në inovacionin në redaksi dhe në kapacitetin e teknologjisë për të forcuar gazetarinë. Braun është nga Broadford, County Limerick, e jeton në Dublin. Ai shkruan tuite në @malachybrowne.

Konvergjenca e teknologjisë të telefonave të mençur dhe kamerave me kosto të përballueshme, qasja në internet e gjithëpranishme dhe mediat sociale, janë kryesisht përgjegjëse për shpërthimin e mbulimit të lajmeve nga ana e qytetarëve. Një produkt anësor i kësaj është një sasi e madhe videosh që ngarkohen dhe shpërndahen çdo minutë, çdo orë.

Revolucioni në teknologjinë e informacionit nuk ka mbaruar dhe vëllimi i përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit, e cila është e vlefshme për lajme, vetëm do të rritet. Gazetarët kanë një përgjegjësi të re - të mbledhin, verifikojnë dhe përcaktojnë të drejtat e përdorimit të përmbajtjes së krijuar nga përdoruesit në mënyrë të shpejtë. Vlerat tradicionale të hetimit vlejnë ende, por kërkohet një set i ri aftësish për media siç është videoja.

Verifikimi i videos nga një burim i panjohur në mediat sociale mund të duket fillimisht frikësues. Por nuk është shkencë raketash.

Ja çfarë ju nevojitet për ta kryer punën: Një vendosmëri për të hetuar prapavijën e përmbajtjes, së bashku me një nivel të shëndetshëm skepticizmi, dhe një njohuri të shumëllojshmërisë së mjeteve falas që mund të ndihmojnë në përcaktimin e fakteve rreth një videoje. Ky kapitull do t'ju ndihmojë të pajiseni me të trejat.

Pika e parë që duhet kuptuar në lidhje me verifikimin e videos së gjeneruar nga përdoruesit është se ajo përhapet në mediat sociale në mënyrë që versioni që shihni të parin zakonisht mund të mos jetë origjinali. Videot mund të ndahen, të copëtohen dhe të ripostohen me kontekst të ndryshëm. Gjurmët e rëndësishme nga videoja origjinale mund të zhduken. Detyra juaj është të nxirrni faktet që mbështesin ose mohojnë atë që kjo video pretendon të tregojë.

Si me çdo storie, filloni me pyetjet themelore: kush, çfarë, kur, ku dhe pse. Në këtë kontekst, metadatat e shoqëruara me një video mund të ndihmojnë në përgjigjen e disa prej këtyre pyetjeve duke ju ofruar detaje rreth burimit origjinal, datës dhe vendndodhjes.

Megjithatë, është një rregull se vetëm një provë nuk mjafton për të verifikuar një video - zakonisht duhet të mblidhet një sërë provash për të formuar një pamje të plotë. Përgatituni për atë rritje adrenaline kur të bashkohet mozaiku i enigmës.

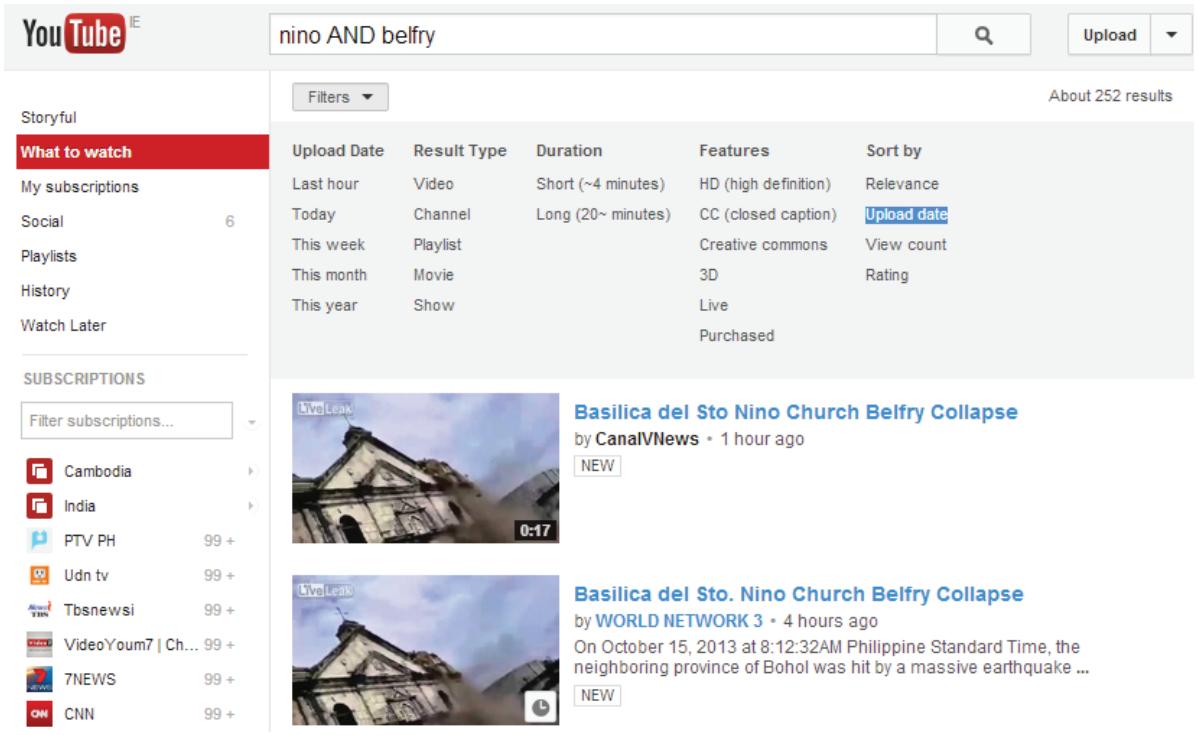
Ja një udhëzues hap pas hapi për verifikimin e videos nga mediat sociale.

ORIGJINA

Identifikimi i origjinës së një videoje është hapi i parë. Ndonjëherë është e qartë se videoja i përket llogarisë në Facebook ose YouTube ku e keni zbuluar. Por, siç detajohet në Kapitullin 3, gjithmonë filloni nga supozimi se një video është "e gërryer"/ e kopjuar (ang. "scraped") ose e dublikuar.

Shumica e videove vijnë me një përshkrim, etiketë/shenjë (tag), koment ose ndonjë pjesë teksti identifikues. Nxirrni fjalët kyçe të dobishme nga ky informacion për të filluar kërkimin. Akronimet, emrat e vendeve dhe përemrat e tjerë janë fjalë kyçe të mira. Nëse përshkrimi është në një gjuhë të huaj, kopjoni dhe ngjiteni tekstin në Google Translate për të nxjerrë në pah këto fjalë kyçe.

Kërkoni videot më të hershme që përputhen me këto fjalë kyçe duke përdorur filtrin e datës për të renditur rezultatet. Në YouTube, shikoni direkt poshtë shiritit të kërkimit për menynë Filtra (Filters) dhe zgjidhni Data e Ngarkimit (Upload Date), si në imazhin më poshtë. Vimeo, YouKu dhe platforma të tjera për video kanë filtra të ngjashëm. Shfletoni rezultatet dhe krahasoni imazhet miniatura (thumbnails) të videove për të gjetur versionin më të hershëm (miniaturat e videove origjinale dhe të "gërryera" zakonisht përputhen).



Një metodë tjetër për të gjetur versionin më të hershëm të një videoje është të kryhet një kërkim imazhi të miniaturave të videos duke përdorur Google Image Search ose TinEye (siç është shpjeguar në kapitullin e mëparshëm). Kjo mund të identifikojë instancën e parë të miniaturave dhe imazheve të videos. Dobia e këtyre mjeteve varet nga cilësia e imazhit; një kontrast i fortë në video dhe një skemë dalluese ngjyrash mund të ndihmojnë.

Pasi të keni gjetur burimin që qëndron prapa videos, kontaktoni burimin për të filluar hapin tjetër.

VERIFIKONI BURIMIN

Është koha për të hulumtuar burimin në të njëjtën mënyrë siç do të shqyrtonim çdo burim informacioni më tradicional. Vërtet, shpesh ka shumë më tepër informacion në dispozicion lidhur me një burim onlajn sesa me një burim tradicional që telefonon në një linjë për dhënie informacioni, për shembull.

Profilet onlajn lënë një gjurmë digjitale që na lejon të shqyrtojmë historinë dhe aktivitetin. Shumica e platformave na mundësojnë të kontaktojmë ngarkuesit, gjë që është një hap thelbësor. Në fund të fundit, ne kërkojmë të angazhohemi me ngarkuesin, të bëjmë pyetje dhe të bindemi se ngarkuesi i ka filmuar pamjet.

Këto pyetje janë të dobishme kur shqyrtohet gjurma digjitale e një ngarkuesi:

- A e njohim këtë llogari? A kanë qenë përmbajtja dhe reportazhet e mbajtësit të llogarisë të besueshme në të kaluarën?
- Ku është regjistruar kjo llogari?
- Ku është i vendosur ngarkuesi, duke gjykuar nga historia e llogarisë?
- A janë përshkrimet e videove konsistente dhe kryesisht nga një vendndodhje specifike? A janë videot me datë?
- Nëse videot në llogari përdorin një logo, a është kjo logo konsistente në të gjitha videot? A përputhet me avatarin e llogarisë në YouTube ose Vimeo?
- A "gërryen" ngarkuesi video nga organizatat e lajmeve dhe llogaritë e tjera të YouTube, apo ngarkon vetëm përmbajtje të gjeneruar nga përdoruesi?
- A shkruan ngarkuesi në zhargon ose dialekt që është i identifikueshëm në narracionin e videos?
- A janë videot në këtë llogari të një cilësie konsistente? (Në YouTube, shkoni te Cilësimet-Settings dhe pastaj Cilësia-Quality për të përcaktuar cilësinë më të mirë të disponueshme.)
- A kanë përshkrimet e videove ekstensione si .AVI ose .MP4 në titullin e videos? Kjo mund të jetë indicie se videoja është ngarkuar direkt nga një pajisje.
- A shkruan në përshkrimin e videos në YouTube: "Ngarkuar nëpërmjet YouTube Capture"("Uploaded via YouTube Capture")? Kjo mund të jetë indicie se videoja është filmuar me një telefon të mençur.

Mbledhja e përgjigjeve në këto pyetjeve ndihmon në krijimin e pasqyre për burimit, onlajn historinë e burimit dhe llojit të përmbajtjes që ai ndan. Nga aty, është e rëndësishme të përpiqeni të lidhni aktivitetin e asaj llogarie me çdo llogari tjetër onlajn që e mban burimi. Më poshtë janë disa praktika/pyetje për të drejtuar këtë proces.

- Kërkojeni në Twitter ose Facebook kodin unik të videos - a ka llogari të lidhura? (Çdo përmbajtje UGC identifikohet nga një kod unik që shfaqet në URL. Në YouTube dhe Facebook, për shembull, kodi vendoset midis shenjës "v=" dhe "&"-së vijuese në URL.)
- A ka llogari të tjera - Google Plus, ndonjë bllog ose ueb-faqe - të listuara në profilin e videos ose të lidhura ndryshe me këtë ngarkues?
- Çfarë informacioni përmbajnë llogaritë e lidhura që japin indikacione për vendndodhjen, aktivitetin, besueshmërinë, paragjykimin ose agjendën e mbajtësit të llogarisë?
- Sa kohë kanë qenë aktive këto llogari? Sa aktive janë ato?
- Me kë janë të lidhura llogaritë e mediave sociale dhe çfarë na tregon kjo për ngarkuesin?
- A mund të gjejmë informacionin "whois" për një ueb-faqe të lidhur?
- A është personi i listuar në librat telefonik lokal, në Spokeo, Pipl.com ose WebMii, apo në LinkedIn?
- A tregojnë rrethet shoqërore onlajn të burimit afërsi gjeografike me këtë storie/vendndodhje?

Bërja e këtyre pyetjeve dhe përgjigjja në to na jep përshtypje për besueshmërinë e një burimi të përmbajtjes. Dhe, më e rëndësishmja, ofron një mënyrë për të kontaktuar ngarkuesin për të bërë pyetje dhe për të kërkuar udhëzime të mëtejshme se si mund të përdoret videoja nga organizatat e lajmeve.

Kur flisni me burimin, sigurohuni që të pyesni për disa nga informacionet që keni hasur. A përputhen përgjigjet? Nëse burimi nuk është i sinqertë me ju në lidhje me informacionin, atëherë duhet të jeni edhe më shumë dyshues ndaj përmbajtjes.

GJENI LOKACIONIN E VIDEOS

Me burimin e identifikuar dhe të shqyrtuar, është koha të përpiqemi të verifikojmë vetë përmbajtjen e videos. Kjo fillon me konfirmimin ose përcaktimin e lokacionit/vendndodhjes së videos.

Verifikimi i vendit ku është filmuar një video varet shumë nga gjurmët që i paraqet videoja. Një peizazh dallues rruge, një ndërtesë, kishë, varg drurësh, vargmal, minare ose urë - të gjitha janë pika të mira referimi për t'u krahasuar me imazhet satelitore dhe fotografitë e gjeolokuara. Nëse pamja e kamerës lëviz mbi një emër biznesi, ky mund të jetë i listuar në shpallje onlajn ose në një libër lokal biznesesh. Një tabelë rruge mund të japë gjurmë për vendndodhjen e saktë. Targat e makinave ose billbordet reklamuese mund të tregojnë detaje provinciale. Drita e diellit, hijet dhe koha e përafërt e ditës gjatë ngjarjes mund të jenë gjithashtu të dobishme. Dhe nëse videoja përmban dialog, a i përshtaten theksat ose dialektet rrethanave që pretendon të përfaqësojë?

Pika fillestare, përsëri, është të kontrolloni çdo tekst që shoqëron videon dhe gjurmët brenda videos. Përqendrohuni te vendndodhja duke përdorur Google Maps dhe përpiquni të hartëzoni vendndodhjen e videos. Nëse është e mundur, zmadhoni në Street View për të marrë këndin e kamerës. Nëse Street View nuk është i disponueshëm, aktivizoni "Fotot" (Photos) në opsionet e Google Maps dhe kontrolloni nëse fotografitë e gjeo-lokuara përputhen me vendndodhjen e videos. Fotot e gjeo-lokuara mund të kërkohen gjithashtu duke përdorur mjetet e kërkimit të avancuar në Flickr, Picasa dhe Twitter.

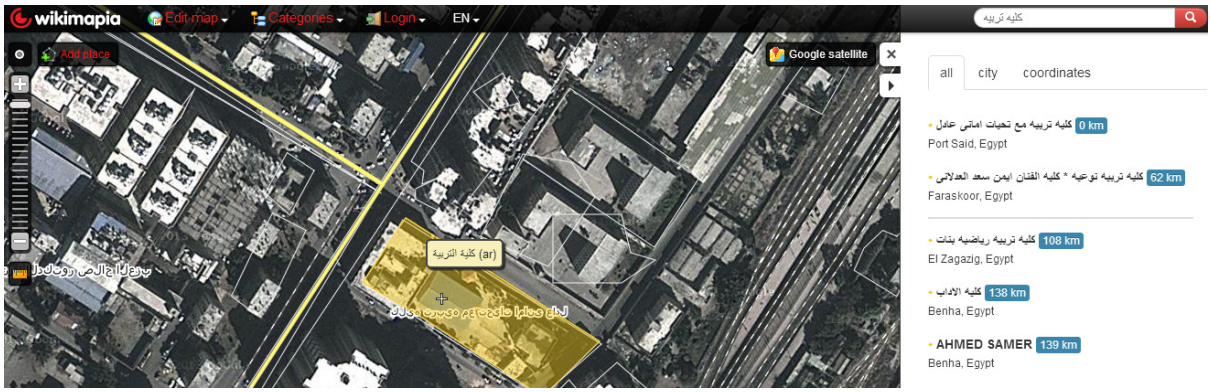
Nëse videoja është në një gjuhë të huaj, futni tekstin në Google Translate dhe identifikoni emrin e vendit. Kini kujdes se Google Translate shpesh përkthen gabim: për shembull, arabishtja për Lattakia në Siri përkthehet gabimisht si "Protoplazmë", Daraa si "Mburojë". Gjithashtu, kini kujdes që transliterimet e ndryshme në anglisht të arabishtes i japin emrat ndryshe: Jidda ose Jiddah, për shembull. Duke marrë tekstin arabisht për këto vende dhe duke e futur atë në Google Maps, do të gjejmë rrugën tonë për në qytet. Imazhi më poshtë tregon kërkimet në Google Translate dhe Google Maps.



Kur përktheni, përdorni aftësitë gjuhësore që keni në dispozicion mes kolegëve dhe kontakteve tuaja. Përkthimi i shkronjave japoneze në gjuhë koreane ose mandarine jep një përkthim më të saktë sesa përkthimi i shkronjave japoneze në anglisht. Pra, nëse keni një folës/e të gjuhës koreane ose mandarine mes jush, ose mund ta gjeni një shpejt, kërkojini të hetojë përkthimet për ju.

Wikimapia është një version i Google Maps i bazuar në crowdsourcing (burime nga turma), në të cilin shënohen dhe përshkruhen ndërtesa, lagje, lokacione ushtarake dhe pika të tjera interesi. Kjo është e dobishme për të marrë kontekst për një zonë dhe për të identifikuar lokacionet, megjithëse ky informacion duhet të mbështetet edhe me informacione të tjera, pasi është e mundur të hasni gabime ose informacione qëllimisht mashtruese.

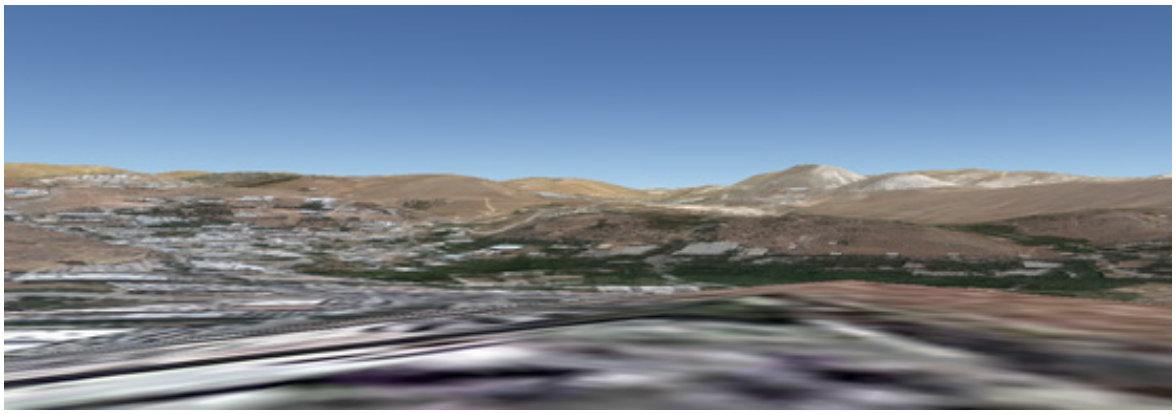
Një shembull se si Wikimapia mund të jetë e dobishme erdhi kur u mbajt një ditë “mosbindje civile” në Port Said, Egjipt, në shkurt të vitit 2013. Demonstruesit u filmuan duke marshuar pranë Fakultetit të Arsimit të Universitetit në Port Said, sipas një ngarkuesi të përmbajtjes në YouTube. Pamja e rrugës ishte e vështirë për t’u identifikuar në Google Maps mes rrugëve të dendura të Port Said. Megjithatë, Fakulteti i Arsimit (كليةالتربية) është i shënjuar (taguar) në Wikimapia; gjetja dhe shqyrtimi i kësaj pike referimi konfirmoi vendndodhjen e demonstratës, siç është e treguar më poshtë.



Google Earth është një tjetër mjet i dobishëm, pasi ofron një histori të imazheve satelitore. Kjo është e dobishme kur kontrollohen video të vjetra ku terreni mund të ketë ndryshuar.

Pamja e terrenit e Google Earth është gjithashtu e vlefshme kur shqyrtohet terreni dhe dimensionet relative të ndërtesave. Kohët e fundit, kur ekipi në Storyful po kontrollonte një video si provë që mbështeste një sulm të raportuar izraelit në Siri, pamja e maleve në veri të Damaskut nga Google Earth Terrain verifikoi vendndodhjen e një ngarkuesi në YouTube, siç mund ta shihni në krahasimin më poshtë.





VERIFIKOJENI DATËN

Konfirmimi i datës së videove të ngarkuara nga një ngjarje e planifikuar si një demonstratë ose tubim politik është përgjithësisht i thjeshtë. Ka shumë gjasa të ekzistojnë video të tjera të ngjarjes së njëjtë, përmes raporteve të lajmeve, e fotografitë dëshmuese zakonisht ndahen në Twitter, Facebook, Instagram dhe faqe të tjera të mediave sociale. Kërkimi në këto platforma me fjalë kyçe dhe hashtagje përkatëse zakonisht është i mjaftueshëm për të zbuluar prova mbështetëse, të tilla si ndërtesa dalluese ose sinjalizim rrugor, pankarta ose kushte moti.

Megjithatë, për videot më obskure, data është përgjithësisht pjesa më e vështirë e metadatave për t'u verifikuar. Videot në YouTube kanë vulë kohore në Kohën Standarde të Paqësorit (PST) që nga momenti kur fillon ngarkimi. Kjo e shtyu Ministrinë e Jashtme të Rusisë të hidhte dyshime mbi videot që tregonin një sulm me armë kimike në Ghouta pranë Damaskut: Videot u ngarkuan në orët e para të 21 gushtit, dhe për këtë arsye u datuan në YouTube si 20 gusht. Mosdija e Ministrisë së Jashtme për këtë e shtyu atë dhe të tjerët të pretendonin se videot ishin të inskenuara dhe të ngarkuara përpara kohës së raportuar të sulmit.

Raportet e motit vetvetiu nuk janë të mjaftueshme për të verifikuar datat, por ato ndihmojnë. Siç është detajuar më sipër, Wolfram Alpha ofron informacion mbi motin në ndonjë vend në një datë të caktuar. Pasi Rita Krill ngarkoi atë që supozohej të ishte një video e mahnitshme e një goditjeje rrufeje në oborrin e saj në Floridë më 5 tetor 2012, Wolfram Alpha tregoi se stuhitë ishin aktive në zonë. Dhe duke kërkuar në Twitter për Naples, Floridë, në atë datë, tregohet një meteorolog vendas që u kërkonte ndjekësve të tij fotografi të reve të stuhisë në Naples. Më poshtë është një imazh i kërkimit të Wolfram Alpha dhe postimi në Twitter.



Kontrollet përfundimtare: Çfarë tregon videoja?

Tani është koha të bashkoni të gjitha të dhënat tuaja dhe të bëni pyetjet e qarta: A ka kuptim videoja duke pasur parasysh kontekstin në të cilin është filmuar? A ka ndonjë gjë që e ngacmon instinktin tim gazetaresk? A duket ndonjë gjë e jashtëzakonshme? A sugjerojnë gjurmët se nuk është legjitime? A nuk përputhen detajet të burimit ose përgjigjet e pyetjeve të mia? Mos harroni, supozimi juaj është se videoja është e rreme. A e konfirmojnë apo e hedhin poshtë provat këtë supozim?

Kur bëhet fjalë për video, mbani mend se janë përdorur dhe vazhdojnë të përdoren mashtrime të hollësishme. Studentët kanadezë kanë bërë një mashtrim famëkeq me një video të një shqiponje që zbret në një park në Montreal dhe rrëmben një foshnjë. Kjo u përgënjeshtrua duke e ndarë videon në kuadro (frejma) të vetme dhe duke vënë re se hija e shqiponjës mungonte në disa kuadro. (Njerëzit më të stërvitur teknikisht mund të përdorin softuer për redaktim videosh si VLC media player që është falas ose redaktorin falas të videove Avidemux video editor, ose programin e licencuar të redaktimit Vegas Pro për të ndarë një video në kuadrot përbërëse nëse keni dyshime mbi ndërtimin e saj.)

Studimi i rastit 5.1: Verifikimi i një videoje kyçe për bombardimet e Bostonit

Mallakaj Braun



Një nga videot e famshme të bombardimeve tragjike të vitit 2013 në Boston u filmua nga një atlete që vraponte miljen e saj të fundit të maratonës. Ndërsa ajo i afrohej vijës së finishit në Rrugën Boylston, bomba e dytë shpërtheu disa metra përpara. Ishte një video bindëse, por ne duhej ta verifikonim.

Një foto që tregon momentin e shpërthimit u postua nga gazetari i Bostonit, Dan Lampariello (më poshtë), anëtar i njërës prej listave tona të paracaktuara në Twitter dhe dikush që është i njohur për Storyful. Postimi i Lampariello-s u gjeo-lokua në Rrugën Boylston; ky informacion, i cili erdhi nga një burim i besueshëm, ndihmoi në konfirmimin e vendndodhjes së shpërthimit. Na dha gjithashtu një pikë referimi për ta përdorur me atë që shfaqej në videon e vrapueses.



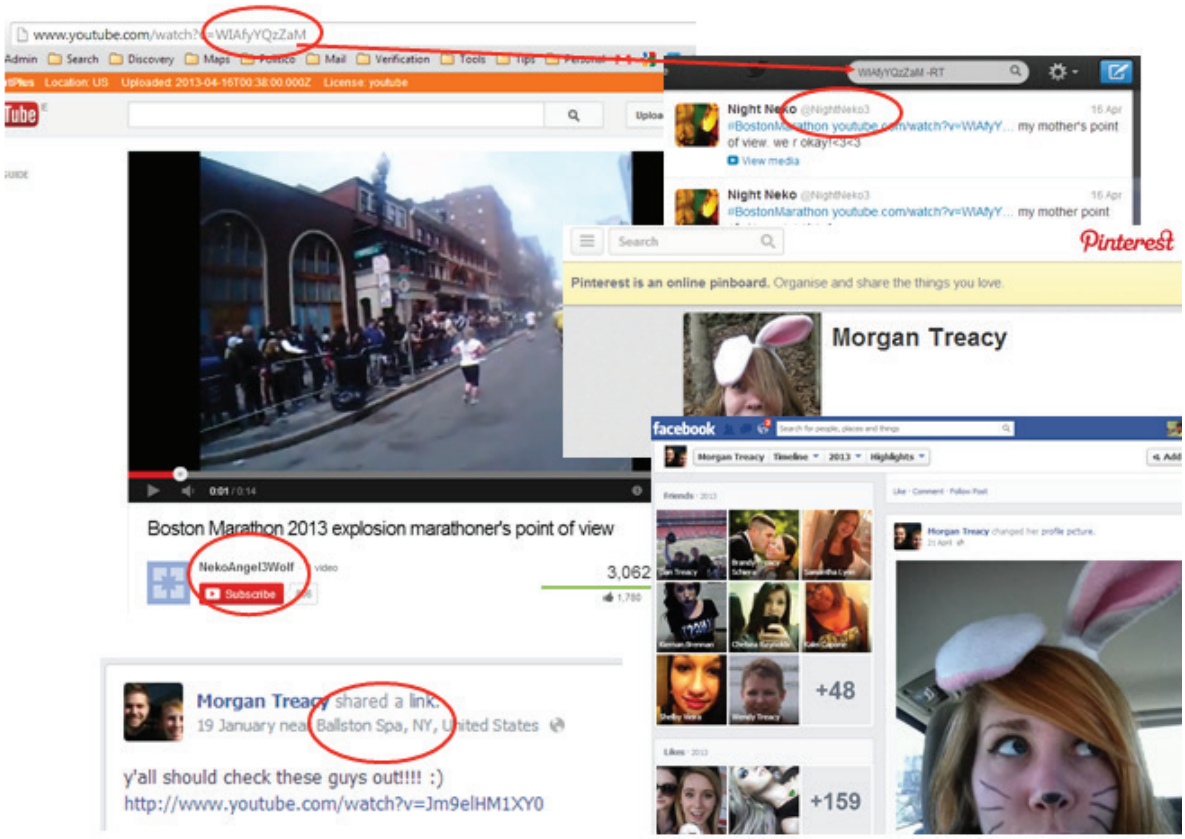
Pamja e rrugës Boylston në Google Street View (më poshtë) konfirmoi - si foton e Dan Lampariello-s, ashtu edhe këndvështrimin e atletes ndërsa ajo i afrohej vijës së finishit. Në fakt, disa nga atletet e filmuara në video shihen në foton e Lampariello-s, pas një kontrollimi nga afër.



Ky proces konfirmoi përmbajtjen e videos. Gjetja e burimit origjinal të kësaj videoje ishte pak më e ndërlikuar.

Vetë videoja u ngarkua në një llogari në YouTube pa detaje të dhënash dhe me një emër përdoruesi obskur, NekoAngel3Wolf. Kërkimi në Twitter për kodin unik të videos na çoi te dikush që e kishte ndarë atë nën nofkën NightNeko3, përsëri pa të dhëna personale. Referenca "Neko" në të dy profilet sugjeronte se ata ishin të lidhur.

Duke kërkuar profile të ngjashme në rrjetet sociale, gjetëm një llogari në Pinterest të regjistruar gjithashtu si NightNeko3, me emrin e vërtetë Morgan Treacy. Ekipi ynë në Storyful gjeti shpejt një llogari në Facebook për Morgan Treacy, një tinejxhere, postimet e të cilës ishin të gjeo-lokuara në Ballston Spa në shtetin e Nju Jorkut.



Morgan e përshkroi videon në Twitter si perspektivë të nënës së saj mbi shpërthimin. Duke ditur se një maratonë prestigjioze si ajo e Bostonit ka gjasa të ketë matur kohët e atletëve, e kontrolluam mbiemrin "Treacy" në faqen e të regjistruarve të Shoqatës Atletike të Bostonit. U kthye një rezultat i vetëm - Jennifer Treacy, 45-49 vjeç, nga Shteti i Nju Jorkut. Ndarja e kohës së Jennifer Treacy tregon se ajo kalon shenjën e 40 kilometrave në orën 2:38 pasdite, por nuk arrin të kalojë vijën e finishit 2 kilometra më vonë. Jennifer po vraponte mesatarisht 10 minuta për milje, gjë që e vendoste atë në afërsi të shpërthimit në orën 14:50, kur shpërthyen bombat.



Ueb-faqja e kërkimit të njerëzve në rrjetet sociale Spokeo.com na dha një shënim për Jennifer L. Treacy, 47 vjeçe, me një adresë në Ballston Spa, Nju Jork. LinkedIn na dha gjithashtu një profil për Jennifer Treacy nga Ballston Spa, e cila është e punësuar nga Departamenti i Shëndetësisë i Shtetit të Nju Jorkut.

Një provë e fundit konfirmoi hetimin tonë. Një burrë i quajtur Gerard Quinn është një mik në Facebook i Morgan Treacy, për të cilin tani ishim pothuajse 100 për qind të sigurt se ishte e bija e Jennifer-it. Quinn më parë kishte komentuar në videot familjare të postuara nga Morgan. Pra, kishte një lidhje midis tij dhe familjes. Pamë në profilin e Quinn në Facebook (më poshtë) se ai kishte shprehur krenari që mbesa e tij, Jennifer, po vraponte në maratonën e Bostonit. Ai kishte lidhur hartën e saj të maratonës dhe ndarjet kohore. Ai gjithashtu kishte komentuar më vonë në Facebook se Jennifer ishte mirë pas shpërthimit dhe rrugës për në shtëpi.



Një libër telefonik publik na dha një numër telefoni që na lejoi të flisnim drejtpërdrejt me Jennifer Treacy. Ajo konfirmoi se videoja ishte e saj dhe se organizatave të lajmeve u lejohej ta përdornin atë. Ajo tha se kishte informuar gjithashtu organet e zbatimit të ligjit për videon.

Në përmbledhje - të gjitha informacionet që mbështesnin vërtetësinë e kësaj videoje ishin të disponueshme onlajn nëpërmjet mjeteve falas - informacioni i vendndodhjes, dëshmitë që vërtetonin ngjarjen, historia digjitale e ngarkuesit dhe të dhënat e kontaktit të pronarit. Njohja e këtyre mjeteve na mundësoi të verifikonim videon për rreth 10 minuta.

Studimi i rastit 5.2: Hetimi i një 'masakre' të raportuar në Bregun e Fildishtë

Mallakaj Braun



Në mars të vitit 2011, në YouTube u shfaq një video grafike që tregonte atë që pretendohej se ishte vrasje e të paktën gjashtë grave nga forcat e sigurisë së Bregut të Fildishtë (FDS) gjatë një proteste në Abobo. Demonstrata ndodhi gjatë një periudhe trazirash kur Presidenti Laurent Gbagbo nuk lëshoi pushtetin pas humbjes së tij në zgjedhjet presidenciale të nëntorit të kaluar.

Me kërkesë të një klienti, Storyful filloi verifikimin e videos dy vjet pas ngjarjes. Videoja tregon një grup të madh grash që brohorasin “ADO” (referencë për Alassane Dramane Ouattara, rivalin e Gbagbo-s). Pastaj, në minutën 3:32, shfaqen transportues të blinduar dhe ka të shtëna me plumba të kalibrit të madh. Disa persona duket se janë plagosur për vdekje. Asokohe, disa banorë të Bregut të Fildishtë pretendonin se lëndimet ishin të sajuara. Ministri i atëhershëm i mbrojtjes i vendit hodhi dyshime mbi videon, e mbështetësit e Gbagbo-s pretenduan se videoja ishte “e rreme” në rikonstruimet në YouTube (këtu dhe këtu).

Verifikimi i videos në një skenar lajmesh emergjente të fundit është në disa aspekte më i lehtë sesa kjo formë e hetimit retrospektiv. Informacioni që vërteton ose përgënjeshtron një video është më i arritshëm në afatin kohor të freskët; informacioni që lidhet me një ngjarje më të vjetër shpesh është i fshehur thellë brenda rrjeteve sociale. Kërkimi arkivor është ose sfidues ose i pamundur.

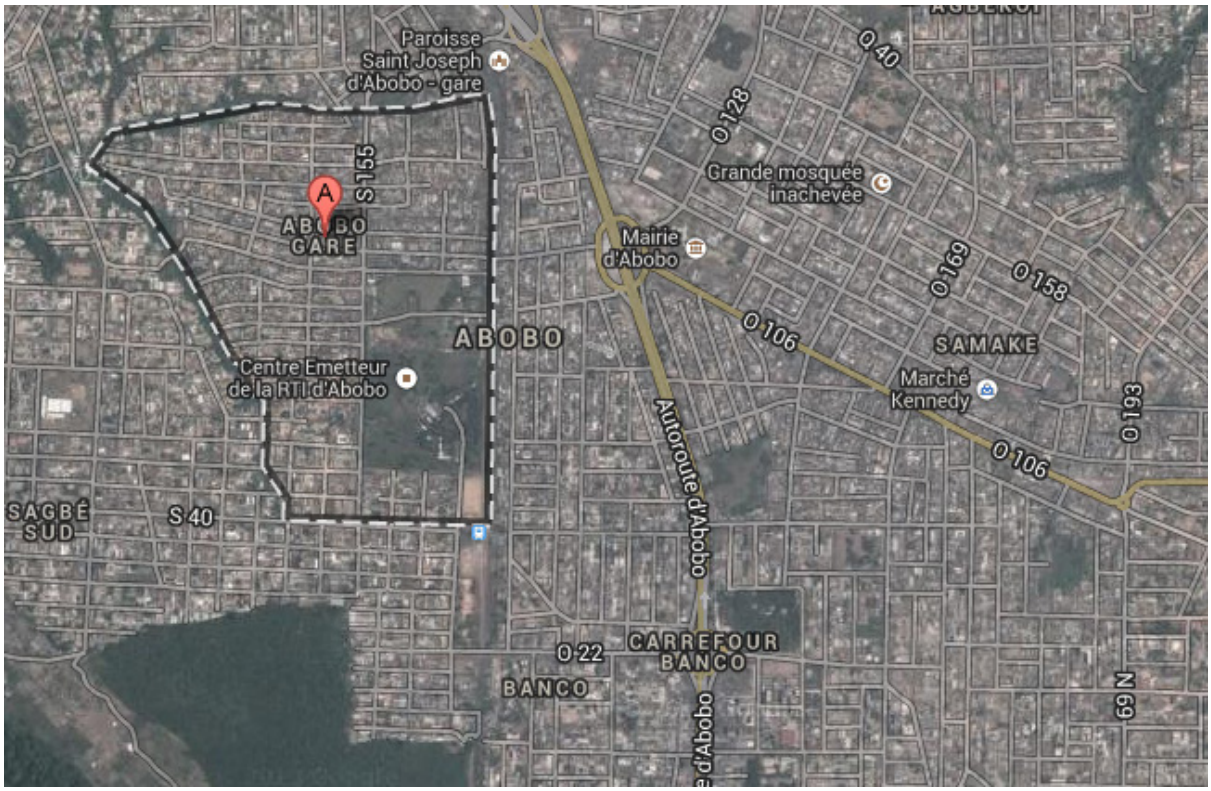
Duke pasur parasysh këto kufizime, ja se si punova duke tentuar të verifikoja videon.

MBLEDHJA E KONTEKSTIT MBI NGJARJEN

Pasi nuk kisha njohuri për detajet e masakrës së raportuar, kërkova në Google për "Gratë vranë Gbagbon më 3 mars 2011". Kjo më dha disa raportime (këtu, këtu dhe këtu) që përshkruanin vendndodhjen e përafërt dhe renditjen e ngjarjeve. Ky kërkim gjithashtu më dha një deklaratë në lidhje me ngjarjen e bërë nga ministri i atëhershëm i mbrojtjes i vendit, i cili pretendonte se pamjet ishin të inskenuara.

Është e rëndësishme se këto raportime gjithashtu ofruan fjalë kyçe që mund t'i përdorja për të kryer një kërkim më të fokusuar. Duke përdorur këto terma për kërkim historik në Twitter dhe YouTube, zbulova rrëfime të dëshmitarëve okularë dhe UGC. (Gjithmonë përpiquni të vendosni veten në vendin e ngarkuesit dhe imagjinoni se si ai do ta shënjonte dhe përshkruante videon dhe informacionet tjera.)

VENDNDODHJA



Sipas raportimeve, demonstrata dhe të shtënat ndodhën në një rrethrrotullim në afërsi të Abobos, një lagje veriore e Abixhanit. Konkretisht, një raportim e vendosi atë në një kryqëzim/rrethrrotullim të madh në Autoroute d'Abobo, ngjitur me zonën e njohur si Abobo Gare. Një dëshmitar në raportim përshkroi forcat e sigurisë duke kaluar pranë një rrethrrotullimi, duke u kthyer prapa dhe duke hapur zjarr mbi gratë "para se të ktheheshin në Adjamé". Adjamé gjendet në jug të Abobos, duke na dhënë një sugjerim për drejtimin e trafikut.

Sipas një raportimi të botuar njëkohësisht me ngjarjen në Le Patriot më 8 mars, demonstruesit janë mbledhur "në kryqëzimin e rrethrrotullimit të Bancos" (të paraqitur në hartë më poshtë). Kërkimi në një forum lokal tregon se rrethrrotullimi ka qenë vendndodhja e demonstratave të tilla të mëparshme.

Google Maps tregon dy rrethrrotullime kryesore. Njëri prej tyre, Carrefour Banco, shtrihet në skajin jugor të Abobos, drejt Adjamé-s. Kjo përputhej me raportimin e mëparshëm, kështu që e përdora si pikënisje.



Pozicioni i ndriçimit të rrugës dhe semaforëve, rreshtimi i palmave dhe drurëve gjetherënës të filmuar në video nga ora 4:00 e tutje përputhen me pamjen satelitore të këndit veriperëndimor të Banco Carrefour, siç tregohet në rrathët e bardhë më sipër. Ndërtesa e madhe me dy zgjatime të spikatura në majë të çatisë (rrethuar me të kuqe) gjithashtu përputhet me një ndërtesë që shohim në distancë ndërsa kolona e automjeteve të sigurisë zhduket nga pamja. Kjo përputhet me drejtimin e trafikut të dukshëm në imazhin satelitor më sipër dhe me rrëfimin e dhënë nga një dëshmitar okular për automjetet që lëvizin në jug drejt Adjamé-së.





Një provë video (sipër), megjithatë, nuk përputhej me imazhet satelitore. Numëruam tre drurë të mëdhenj gjetherënës ndërsa kolona hynte në rrethrrotullim; Google Maps tregon vetëm dy drurë të tillë. Videoja është filmuar në vitin 2011 e imazhet satelitore datojnë nga viti 2013, kështu që ndoshta një dru është prerë. Andaj, shfletuam imazhet historike satelitore në Google Earth. Imazhet nga viti 2009 tregojnë tre drurë të mëdhenj gjetherënës që qëndronin në këtë cep të rrethrrotullimit.

Druri i tretë, që mungon nga imazhet satelitore të vitit 2013, është i përshkruar në imazhin më poshtë. (Është kthyer 180 gradë nga veriu në jug). Duke gjykuar nga kjo pamje, mund të shohim se pozicioni i kamerës ishte direkt matanë rrugës. Më vonë fola me një burim të besueshëm të njohur për Storyful, i cili kishte njohuri për videon dhe i cili kishte vizituar Abobon për të raportuar mbi "masakrën". Burimi konfirmoi se ky ishte këndi i kamerës.

DATA

Data e të shtënave vërtetohet nga disa raporte të pavarura dhe video të shpërndara në mediat sociale. Këto gjenden në mënyrë retrospektive përmes një sërë kërkimesh: në Twitter, në Topsy ose Topsy Pro (që lejon caktimin e një diapazoni datash), dhe në YouTube me rezultate të renditura sipas datës së ngarkimit.

Disa nga hapat që ndoqa:

- Përdora kërkimin historik në Twitter për të gjeneruar sugjerime duke u kthyer prapa në rezultatet nga 3 marsi 2011 e tutje.
- I kontrollova tuitet dhe pyetjet në lidhje me ngjarjen dhe gjeta këtë dhe këtë përgjigje. Këto burime janë dëshmitarë potencial, ose njerëz që mund të identifikojnë dëshmitarët. Burimi i parë e liston vendndodhjen e saj si Cocody, Abidjan, e i dyti si Abidjan.
- Gjithashtu gjeta këtë person, i cili kishte ngarkuar video nga tubimet e Abobo-s dhe tubimet e mëparshme të RHDP-së. Kontrollimi i videove të tjera në Twitter në llogarinë e tij shpie në një video të ngarkuar në ditën e protestës.
- E shqyrtova më tej kronologjinë (tajmlajnin – timeline) e tij në Twitter dhe gjeta referenca të tjera për RHDP-në atë ditë. Kjo më drejtoi në lidhje të tjera, si ky raport lajmesh për ngjarjen. Ai përfshinte një foto me autorësi nga Reuters që tregonte viktima që përputheshin me ato në videon tonë.
- Bërja e një kërkimi imazhesh në Google për fotografinë konfirmoi se ajo nuk ishte përdorur para 3 marsit. Megjithatë, rezultatet tregojnë gjithashtu se një artikull i The Guardian ia atribuoi atë AFP/Getty Images, e jo Reuters-it. Kjo do të thoshte se një fotograf i besueshëm ka qenë në terren gjatë ngjarjes.

U thellova më shumë në fotografinë, të paraqitur më poshtë.



Imazhi përputhet me pamjen e viktimës në minutën 5:30 në videon kryesore. Viktima është e mbuluar me rroba dhe gjethe jeshile të përdorura nga shumë prej demonstruesve. Vini re bluzën e ngushtë blu të errët të veshur nga viktima dhe veshjen dalluese me një model katror me vija të kuqe, portokalli, të bardha dhe të errëta, të paraqitura më poshtë në një pamje nga afër.



France 24 Observateurs mori gjithashtu foto nga ngjarja nga burime në Abixhan. Ne në Storyful e konfirmuam këtë me France 24.

Kërkime të tjera zbuluan një foto-ditar të botuar këtu nga një gazetar i Agjencisë France-Presse, Issouf Sanogo. Sanogo intervistoi një grua me emrin Sirah Drane, e cila thotë se ka ndihmuar në organizimin e demonstratës më 3 mars. Drane thotë se ka mbajtur një megafon për t'iu drejtuar turmës së madhe që ishte mbledhur në një rrethrrotullim në Abobo. Një grua që përputhet me këtë përshkrim shihet në video.

Videoja korrespondon me tre video të tjera të ngjarjes. Këto video u dokumentuan nga Storyful asokohe, dhe mund të gjenden me kërkim në YouTube duke përdorur termat e kërkimit të identifikuar më parë.

Videoja e parë është ngarkuar ditën e të shtënave në një llogari YouTube të regjistruar në Bregun e Fildishtë, e cila është krijuar posaçërisht për të ngarkuar videon. Nuk ka aktivitet të mëtejshëm në këtë llogari për të dhënë informacion në lidhje me burimin. Të njëjtat gra të plagosura janë filmuar në video, si dhe ndërtesa katrore karakteristike në sfond.

Videoja e dytë është ngarkuar në një llogari tjetër në YouTube të regjistruar në Bregun e Fildishtë mëngjesin e 4 marsit në orën 09:06:37 GMT. Ngarkuesi e përshkruan atë si "disa gra të vrara" në "demonstratën e RHDP dje", që do të thotë më 3 mars.

Asnjë nga këto video ose foto vërtetuese nuk ekziston para 3 marsit, duke sugjeruar me një shkallë të lartë sigurie se kjo ishte data e ngjarjes.

NGARKUESI ORIGJINAL

Vetë videoja është ngarkuar në YouTube më 4 mars 2011. Është videoja më e hershme e këtij lloji e gjetur në YouTube. Megjithatë, ka shumë të ngjarë që videoja të ketë origjinën nga një llogari në Facebook ose diku tjetër dhe të jetë "scrap-uar" (kopjuar) në këtë llogari në YouTube.

Llogaria në YouTube është e regjistruar në Shtetet e Bashkuara dhe është e lidhur me një uebfaqe jofunksionale, onemendo.com. Si duket, llogaria operohej nga dikush që ka lidhje me emigrantët xhamajkanë që jetojnë në Nju Jork ose Nju Xhersi, sepse llogaria përmbante materiale promovuese për një klub lokal, DanceHallReggae.com.

Videot të vendosura në këtë periudhe në një llogari të lidhur në Vimeo tregojnë se ata janë të vendosur në Rochester, Nju Jork. Një llogari e lidhur në Facebook poston gjithashtu linqe për muzikë nga DJ xhamajkane. Ajo nuk jep sugjerime të mëtejshme në lidhje me origjinën e videos dhe nuk ka postuar ndonjë link për të më 3 mars 2011. Në llogarinë në YouTube janë postuar gjithashtu video të një telenovele senegaleze.

A ËSHTË VIDEOJA AUTENTIKE?

Provat e mësipërme konfirmojnë vendndodhjen dhe përcaktojnë se data e videos ka shumë të ngjarë të jetë 3 mars. Megjithatë, të fokusohemi te gjëja më e rëndësishme: A tregon videoja gra në protestë që qëllohen për vdekje nga FDS atë ditë?

Janë bërë pretendime se vrasja është e inskenuar dhe se trupat janë vendosur në rrugë pasi forcat e sigurisë kanë kaluar me makina. Këto pyetje serioze kërkojnë hetim.

Në këtë deklaratë, ministri i mbrojtjes i Gbagbos, Alain Dogou, iu referua shfaqjes së kësaj videoje amatore më 4 mars. Ai tha se një gruaje i është dhënë udhëzimi "shtrihu poshtë, shtrihu poshtë" (dhe ne e dëgjojmë këtë të thuhet në video). Dogou tha se është "e vështirë të thuhet" që videoja është nga lokacioni i raportuar nga gazetarët. (Sigurisht, ne e kemi konfirmuar vendndodhjen.) Ai gjithashtu tha se gazetarët ndërkombëtarë nuk e kanë mbuluar protestën sepse po merrnin pjesë në një konferencë shtypi të UNOCI, ose në një ngjarje tjetër të lidhur me Këshillin e Ministrave. Më në fund, ai pranoi se një Marsh i Grave është zhvilluar në Abobo në këtë datë.

Disa pyetje serioze që shtrohen janë:

- Pse kamera ishte e drejtuar larg të plagosurve për aq kohë sa kolona e automjeteve hynte në rrethrrotullim?
- A do të qëlloheshin të gjitha viktimat brenda disa metrash nga njëra-tjetra?
- Fytyrat e tyre mbulohen shpejt me rroba — pse ndodh kjo?
- Një gruaje të përgjakur i thuhet "shtrihu poshtë, shtrihu poshtë" në video, siç përshkruhet nga Ministri i Mbrojtjes Dogou. Pse ndodh kjo? A është kjo për shkak të shqetësimit për gjendjen e saj të keqe, apo për të inskenuar një lëndim?
- "Masakra" krijon një valë emocionesh në video; a është kjo reale? Apo protestues të tjerë kanë qenë të mashtruar ose kanë qenë pjesëmarrës në një "masakër" të inskenuar?

Disa dëshmitarë japin dëshmi bindëse se nga masakra e raportuar kanë rezultuar lëndime. Një mjek nga Spitali në Abobo të jugut citohet në faqet 63/64 në këtë raport të Human Rights Watch. Mjeku raportoi se kishte parë viktima nga të shtënat:

> Një mjek që ka trajtuar shumë gra që nuk mbijetuan tha se plagët e tyre ishin shkaktuar qartë nga armë të rënda, e jo nga plumba. Mjeku dhe dy dëshmitarë në vendngjarje i thanë Human Rights Watch se koka e njërës prej viktimave ishte ndarë plotësisht nga trupi i saj. Viktima të tjera, dy prej të cilave nuk mbijetuan për shkak të lëndimeve të rënda, janë plagosur nga plumbat e mitralozit.

(Videoja duket se tregon një viktimë, koka e së cilës është copëtuar nga shpërthimi)

Një raport i New York Times citoi dy dëshmitarë të emërtuar, siç shkruan në vijim:

"Tanku që printe filloi të qëllonte," tha një banor i Abobos, Idrissa Diarrassouba. "Menjëherë u vranë gjashtë gra. Unë isha mu aty, pranë tyre. Ato thjesht ranë."

"Pati një shpërthim me zjarr mitralozi," tha [dëshmitari, Idrissa Sissoko]. Ai foli gjithashtu se kishte parë gjashtë gra duke u qëlluar. "Pashë gjashtë trupa të shtrirë atje, papritmas," tha ai.

Sipas këtij raporti, një burim ushtarak i tha një gazetari të Reuters se të shtënat ishin një aksident që rezultoi nga nervozizmi i forcave të sigurisë pas përleshjeve të mëparshme.

PËRFUNDIM

Mund të themi se data dhe vendndodhja janë verifikuar në një shkallë të lartë. Burimi origjinal nuk është i vërtetuar, dhe për këtë arsye nuk patëm mundësi të flisnim me personin që filmoi pamjet.

Megjithatë, në fund të fundit, a tregon videoja atë që pretendon?

Këtë nuk mund ta përcaktojmë me 100% siguri nga një distancë dhe me materialin që është mbledhur. Përveç mundësisë për të kontaktuar dhe intervistuar ngarkuesin, do të ishte e rëndësishme të mblidheshin dëshmi shtesë të dorës së parë nga dëshmitarët, mjekët që trajtuan viktimat dhe familjet e viktimave të raportuara. Për të identifikuar këto viktima, mund përpiqemi të bëjmë një hetim më të detajuar të videos së parë, duke e ndarë atë kuadër pas kuadri në momentet kyçe të të shtënave për të gjetur mënyra për të identifikuar viktimat dhe më pas për të gjetur të afërmit e tyre.

Edhe me të gjitha faktet dhe informacionet vërtetuese që arrita të mbledh, ende nuk mund të jepet një gjykim përfundimtar për këtë video.

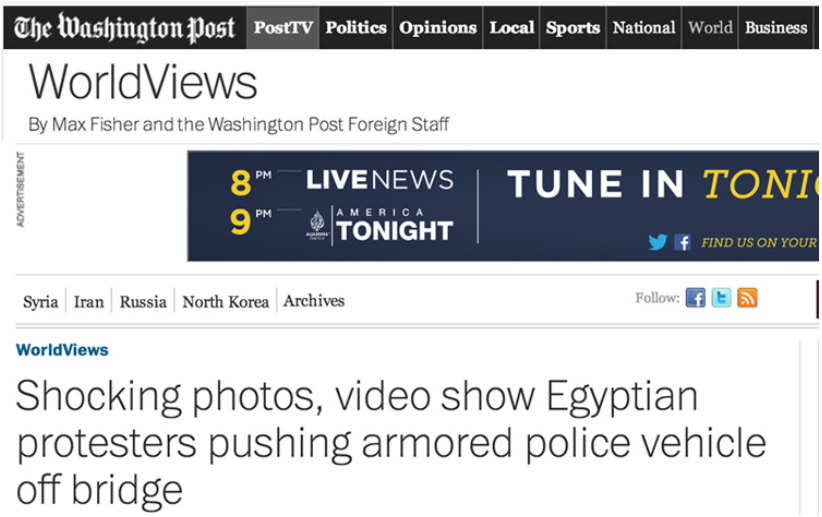
Studimi i rastit 5.3: Konfirmimi i vendndodhjes dhe përmbajtjes së një videoje

Kristof Ketëll



Kristof Ketëll (Christoph Koettl) është menaxher i reagimit ndaj emergjencave në Amnesty International SHBA. Ai specializon në shfrytëzimin e imazheve satelitore, teknologjisë mobile dhe mediave qytetare në hulumtimin dhe avokimin e të drejtave të njeriut. Ekspertiza e tij është në të drejtën ndërkombëtare humanitare, analizën e konflikteve, hartëzimin e krizave dhe vërtetimin e videove, dhe ai shfaqet rregullisht si folës mbi teknologjinë dhe të drejtat e njeriut, përfshirë këtu edhe evenimentin "Jug-Jugperëndim" (South by Southwest SXSW 2014). Ai ka qenë dëshmitar për krimet e luftës në Sri Lanka para Kongresit të Shteteve të Bashkuara. Media të shumta kombëtare dhe ndërkombëtare, duke përfshirë AP, BBC, CNN, Al Jazeera dhe Reuters, raportojnë rregullisht mbi punën e tij. Ai shkruan tuite në @ckoettl.

Gjatë përleshjeve të dhunshme në Kajro në gusht të vitit 2013, kishte një video në YouTube që mori shumë vëmendje nga mediat. (Videoja origjinale u hoq më pas nga YouTube, por mund të shihet edhe këtu.) Përshkrimi që u përdor gjerësisht për këtë video, e cila u shfaq për shembull në titullin e një postimi në bllogun e Washington Post, ishte se protestuesit kishin shtyrë një makinë policie nga një urë në Kajro.



Sjellja e dhunshme e shfaqur nga protestuesit është, sigurisht, relevante kur hetohet përdorimi joproporcional i forcës nga policia, siç bëjmë ne në Amnesty International. Ne gjithashtu punojmë për të verifikuar videon si pjesë e vlerësimit nëse kanë ndodhur shkelje të të drejtave të njeriut. Si rezultat, kjo video përfaqësonte pamje të rëndësishme për të cilat kishte nevojë për shqyrtim të kujdesshëm.

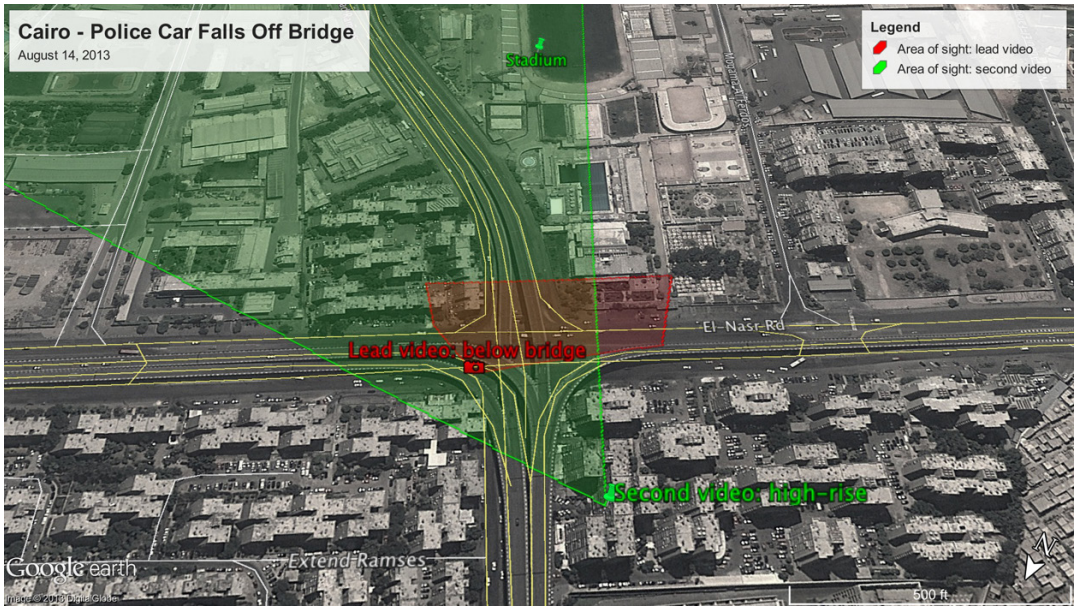
Ajo që dallohej në këtë video, në kontrast me përshkrimin dhe titullin që lidhej me të, ishte se në asnjë moment protestuesit nuk mund të shiheshin duke e shtyrë makinën nga ura. Kjo padyshim kërkonte një shqyrtim më të hollësishëm. Ja çfarë bëra për të vlerësuar përmbajtjen e videos dhe për të përcaktuar vendndodhjen e saktë të incidentit:

Një nga hapat e parë kur vërtetoni videon e një qytetari është të kërkoni për përmbajtje të tjera që tregojnë të njëjtin incident[7]. Si zakonisht, kërkoj në YouTube, si dhe në panelin e Storyful (një shërbim me pagesë) dhe në Redaksinë e Hapur të Lajmeve të Storyful për të gjetur video përmbajtje shtesë. (Siç përmendet në kapitull, i filtroj kërkimet e mia në YouTube sipas datës së ngarkimit për të ngushtuar numrin e rezultateve.) Duke përdorur këto mjete, gjeta një video të dytë që ishte xhiruar nga një kënd tjetër. Ajo duket se është filmuar nga një rrokaqiell i lartë aty pranë, dhe kështu ofron një pamje të shkëlqyer të mbarë skenës. Pamjet shtesë tregojnë se askush në të vërtetë nuk e kishte shtyrë makinën e policisë nga ura. Përkundrazi, makina duket se është ndeshur me një automjet tjetër, duke bërë që ajo të rrokulliset prapa dhe të bjerë nga ura. Kjo video e dytë konfirmoi se incidenti ishte i vërtetë, por gjithashtu zbuloi se përshkrimi (dhe titulli) ishin të pasaktë.

Me pikën e re të vëzhgimit të ofruar nga videoja e dytë, u bë më e lehtë për të gjetur vendndodhjen e saktë të incidentit. Artikulli i Washington Post dha "Urën e 6 Tetorit" si vendndodhjen e videos. Kjo është e mjaftueshme për të filluar, pasi ura është e lehtë për t'u gjetur në hartat onlajn. Megjithatë, ura është në të vërtetë një rrugë shumë e gjatë e ngritur që kalon nëpër pjesë të mëdha të qytetit. Kjo e bëri më sfiduese gjetjen e vendndodhjes së saktë.

7. Për më shumë informacion rreth vlerës së videos me shumë perspektiva, ju lutemi shihni: Hal Hodson: "Multishot video can identify civil rights abusers". New Scientist, 28 qershor 2013; si edhe Rashomon Project.

Kur e kontrollova me kujdes videon e dytë, një objekt i dalluar binte në sy: një stadium sportiv. Duke gjurmuar Urën e 6 Tetorit në Google Earth, arrita të identifikoj dy stadiume që janë shumë afër urës. Pasi e rrotullova pamjen në Google Earth për të gjetur vendndodhjen dhe vijën e mundshme të shikimit të personit që po filmonte, gjeta një lokacion që përputhet me stadiumin e dytë. Pasi konfirmova vendndodhjen e përgjithshme, ishte e lehtë të përcaktoja me saktësi ndërtesat e larta që kishin shikim mbi incidentin. Duke përdorur mjetin e hartëzimit (mapping) në Google Earth Pro, krijova një hartë të thjeshtë përshkruese, që tregonte vendndodhjen e dy videove, zonën e pamjeve dhe pikat ose objektet e njohura relevante:



Koordinatat e videos nismëtare: 30.058807, 31.303089

Më në fund, dy elementë tjerë konfirmuan vendndodhjen më tej: Një kullë transmetimi është e dukshme në sfondin e videos, e cila është gjithashtu e dukshme në imazhet satelitore. Përveç kësaj, aktivizova foto-shtresën Panoramio (Panoramio photo layer) në Google Earth për të kërkuar foto të gjeneruara nga përdoruesit. Shtresa Panoramio përmban foto të gjeoreferencuara, të gjeneruara nga përdoruesit që ofrojnë pamje nga vetë vendi, që do të thotë me një nivel të lartë detajesh. Ekzistojnë gjithashtu disa foto poshtë urës ku kishte rënë makina, dhe shtyllat e urës siç shihen në video përputhen në mënyrë të përkryer.

Falë një kombinimi të kërkimeve në video, Google Earth dhe Google Maps, arrita të verifikoja shpejt se ku është xhiruar videoja, dhe gjithashtu të përgënjeshtroj një përshkrim të gabuar që mund të kishte implikime serioze për protestuesit në Kajro.

Në fund, pasi tregimi i vërtetë i arsyes së rënies së makinës së policisë nga ura u bë i qartë, The Washington Post botoi një postim të dytë me korrigjim.

KAPITULLI 6:
ANGAZHIMI I PUBLIKUT NË PUNË

Metju Ingram



Metju Ingram (Mathew Ingram) është gazetar i vlerësuar me çmime dhe konsulent mediash, i cili ka kaluar dy dekadat e fundit duke shkruar për biznesin, teknologjinë dhe mediat e reja, si dhe duke këshilluar kompanitë mbi strategjitë e tyre për mediat sociale. Ai aktualisht është gazetar i lartë në rrjetin e bllogjeve GigaOM me bazë në San Francisko, ku shkruan për evolucionin e medias dhe kulturën e internetit. Para kësaj, ai ishte redaktori i parë i komuniteteve - i specializuar në zhvillimin dhe strategjinë e mediave sociale për Globe and Mail, ku zhvilloi qasjen e gazetës ndaj komenteve onlajn, ishte nismëtar i faqes së saj në Facebook dhe nxiti dhjetëra gazetarë dhe redaktorë të angazhohen në Twitter. Ai shkruan tuite në @mathewi.

Ideja e verifikimit të ngjarjeve të lajmeve dhe emergjencave nga publiku i gjerë (crowdsourcing verification) nuk është aq e re – publiku apo turma, në përgjithësi, ka qenë gjithmonë pjesë thelbësore e mënyrës se si formohen dhe kuptohen lajmet. Thjesht, teknologjitë sociale si Twitter, Facebook, YouTube dhe të tjera na lejojnë të angazhohemi në këtë lloj procesi të përbashkët vendimmarrjeje në një shkallë shumë më të shtrirë dhe më të gjerë, dhe na lejojnë ta bëjmë këtë edhe më shpejt. Kjo nuk do të thotë në këtë proces se nuk ka të meta, sepse ka - por në përgjithësi, ndoshta jemi më mirë sesa ishim më parë.

Mendoni vetëm se si vërtetoheshin faktet dhe ngjarjet e lajmeve në të kaluarën jo aq të largët: Kur shpërthente një luftë, godiste ndonjë uragan ose shpërthente një bombë diku, shpesh kishte pak gazetarë përreth, përveç nëse rastësisht ndodheshin atje. Burimet në terren do t'ia transmetonin informacionin ndonjë medie dhe më pas do të fillonte procesi i mundimshëm i verifikimit të këtyre ngjarjeve, bazuar në intervista me dëshmitarë, telefonata e kështu me radhë.

Tani, kemi po aq gjasa të mësojmë për lajme - veçanërisht ngjarje të papritura dhe të paparashikueshme si tërmetet ose të shtënat masive - në Twitter, brenda disa minutash ose edhe sekondash pas ndodhjes së tyre. Dhe në vend të vetëm një ose dy dëshmive nga kalimtarët dhe dëshmitarët, mund të kemi qindra ose edhe mijëra prej tyre. Disa prej tyre me gjasë mund të jenë të gabuara, siç pamë me bombardimet në Boston dhe situata të tjera të ngjashme emergjente, por, në përgjithësi, një pamje mjaft e saktë mund të krijohet gradualisht për atë se çfarë dhe si ka ndodhur - dhe kjo ndodh më shpejt se kurrë.

Ja një vështrim mbi disa nga praktikat më të mira për praktikën në zhvillim e sipër të verifikimit të crowdsourcing-ut (verifikimit të bazuar në publik/turmë), siç praktikohet nga inovatorë si Andy Carvin, një ish-strateg i lartë në NPR, dhe të tjerë.

IDENTIFIKONI, VERIFIKONI DHE LIDHUNI ME BURIMET

Në shumicën e rasteve, pika fillestare është identifikimi i burimeve të besueshme dhe më pas përpunimi, grumbullimi dhe verifikimi i informacionit që vjen prej tyre. Andy Carvin i NPR ndërtoi atë që ai e quajti "redaksi në Twitter" me burime nga Lindja e Mesme gjatë Pranverës Arabe, duke filluar me njerëz që ai i njihte personalisht dhe duke i përdorur ata si një mjet për të zbuluar burime të tjera.

"Atë që e konsideroj vërtet të rëndësishme është të kushtoj vëmendje se me kë po flasin këta njerëz në Twitter, dhe herë pas here në Facebook," tha Carvin në një intervistë të vitit 2011me Craig Silverman. "Si në Tunizi ashtu edhe në Egjipt, unë tashmë kisha rreth gjysmë duzine burimesh që i njihja në secilin vend."

Carvin gjithashtu u kërkonte njerëzve që njihte të rekomandonin ose verifikonin burime të tjera që po gjente ai përmes kërkimeve në Twitter dhe duke ndjekur hashtagje specifike. Me kalimin e kohës, ai gjeneroi lista me qindra burime të vlefshme.

Këto lista nga ana tjetër u bënë motori që i lejoi Carvin-it të tuitonte live në mënyrë efektive mbi një seri luftërash - duke marrë informacion, duke e ribotuar atë, duke u kërkuar ndihmë ndjekësve dhe burimeve të tij për të verifikuar atë, e më pas duke postuar rezultatet. Kjo ishte një proces kaotik në shumë mënyra, por në fund të fundit i suksesshëm.

Për të menaxhuar këto kontakte të shumta, ai ndërtoi "Lista në Twitter" (Twitter Lists) për t'i organizuar ato në grupe logjike bazuar në tema ose vendndodhje gjeografike. Sot, kjo gjë mund të realizohet edhe me Listat e Interesit në Facebook (Facebook Interest Lists), qarqet në Google Plus (Google Plus circles) dhe mjete të tjera, ose duke ndjekur llogaritë në YouTube dhe duke ndërtuar play-lista, mes opsioneve tjera.

Carvin ndërmori gjithashtu një hap tjetër kritik, i cili ishte të kontaktonte shumë nga burimet e tij drejtpërdrejt ose t'i takonte personalisht për të zhvilluar një marrëdhënie. Shumë njerëz shihnin vetëm atë që ai po bënte me llogarinë e tij në Twitter, mirëpo ai gjithashtu kaloi shumë kohë duke komunikuar me njerëzit përmes Skype, email-it dhe mjeteve të tjera për të konfirmuar identitetin e tyre.

Siç është detajuar në kapitujt e mëparshëm, këto lloje burimesh dhe informacioni që ato ofrojnë duhet të verifikohen. Pasi të keni përdorur kërkimin e avancuar në Twitter, kërkimin në YouTube dhe mjete të tjera për të gjetur njerëz dhe organizata në terren ose me qasje në informacionin relevant, duhet të punoni për t'i kontaktuar ata dhe për të verifikuar se nga vjen informacioni i tyre.

Sa më shumë që bashkëveproni me burimet tuaja dhe mësoni rreth tyre, aq më shumë do të shihni pikat e tyre të fuqishme, të dobëta, paragjykimet dhe faktorë të tjerë që duhet të peshohen kur merrni në konsideratë informacionin që ata ndajnë. Përderisa lista juaj e burimeve rritet, ju gjithashtu filloni të shihni skema në atë që ata shohin, ndajnë dhe raportojnë, dhe kjo siguron bruto-materialin të nevojshëm për të trianguluar dhe përcaktuar saktësisht se çfarë po ndodh e çfarë nuk po ndodh.

"Disa nga këta njerëz po punojnë në mënyrë aktive për të përmbysur regjimet e tyre lokale", tha Carvin për burimet me të cilat ishte në kontakt gjatë Pranverës Arabe. "Thjesht duhet të jem i vetëdijshëm për këtë në çdo kohë. Ndoshta përgjigjja është transparenca, kështu që një person i caktuar mund të më japë informacion të mirë, por nuk duhet të harroj kurrë se ata janë pjesë e opozitës."

ANGAZHIMI I BURIMEVE TUAJA

Në një moment gjatë dhunës në Libi në vitin 2011, Carvin u kontaktua nga një person në Twitter i cili i kërkoi atij - dhe rrjedhimisht redaksisë së tij në Twitter - të ndihmonte në verifikimin nëse në Libi po përdoreshin armët izraelite. Ai përshkroi detajet se si ishte zhvilluar kjo në një Storify.[8]:

(Teksti në tuite është: Gjithçka filloi më 12 mars 2011, ndërsa isha në Festivalin SXSW në Austin, Teksas, si pjesëmarrës në një sesion mbi mediat sociale dhe Lindjen e Mesme, të organizuar nga New York Times.

Ndërsa sesioni ishte duke u zhvilluar, mora një tuit nga @jan15egy me kërkesë të shikoja diçka.)

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.



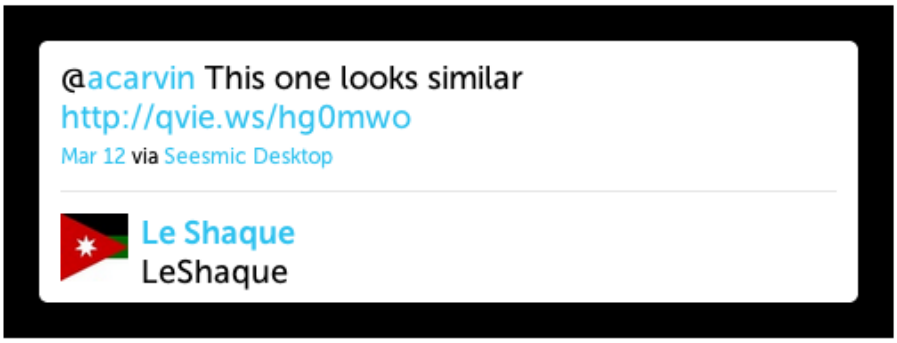
While sitting in the session, I received a tweet from @jan15egy asking me to look into something.



8. http://storify.com/acarvin/how-to-debunk-a-geopolitical-rumor-with-your-twitt2

Nga ky lajmërim, Carvin u bëri thirrje ndjekësve të tij, duke u kërkuar të ndihmonin në konfirmimin nëse mortaja në fjalë ishte izraelite. Ata iu përgjigjën me një përzierje këshillash dhe pikëpamjesh të dobishme, së bashku me disa që ishin rrugë qorre. Në fund, ai prapëseprapë mori informacione specifike që ndihmuan për t'iu përgjigjur pyetjes:

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



Le Shaque's Twitter
HTTPS:



WEAPONSINDIA.COM · 3 YEARS AGO

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

Në fund, rezultoi se arma nuk ishte izraelite; ishte indiane. Dhe nuk ishte fare mortajë. Carvin tha se mënyra se si e dinte se kishte informacionin e saktë ishte se e kishte dëgjuar nga burime të shumta, për të cilët dinte se nuk kishin lidhje me njëri-tjetrin.

"Në rastin e asaj që bëmë për të ashtuquajturat armë izraelite, kisha shumë njerëz që më jepnin në thelb të njëjtin informacion, e ata nuk e njihnin njëri-tjetrin, kështu që kam kapur disa nga këto në Storify-in tim," tha ai.

Është e rëndësishme të kujtojmë se një gjë që e ndihmoi Andy Carvin-in të bënte atë që bëri, ishte ajo që ai iu drejtua të tjerëve për ndihmë në një mënyrë shumë njerëzore dhe të hapur. Ai gjithashtu i trajtonte ata me të cilët vinte në kontakt si kolegë, në vend që të ishin thjesht burime që i urdhëron të bëjnë diçka. Gazetarët dhe të tjerët që thjesht japin urdhra marrin shumë pak përgjigje, ndërsa trajtimi i njerëzve si qenie njerëzore e bën mbarë dallimin.

Reporteri i luftës i New York Times, C.J. Chivers, ka përfituar nga një qasje e ngjashme me atë të Carvin-it për të verifikuar bombat e përdorura në konflikte të ndryshme dhe thotë[9] se procesi arrin deri te e vërteta shumë më shpejt sesa do të kishte qenë e mundur në të kaluarën.

Me çdo informacion të dhënë, ka gjasa të ketë njerëz të ditur në rrethin tuaj shoqëror (ose në rrjetin e tyre më të gjerë të lidhjeve) që e dinë të vërtetën rreth atij incidenti ose ngjarjeje. Thjesht, duhet t'i gjeni.

Chivers tha: "Prova në këtë rast u bë e mundur me ndihmën e mjeteve standarde të raportimit të luftës nga terreni: gatishmëria për të punuar në terren, një aparat fotografik digjital, një lidhje satelitore interneti, një laptop, një llogari email-i dhe një sërë burimesh me njohuri të specializuara. Mirëpo, pati një kthesë që është një pasqyrim i mënyrave të reja se si lufta mund të hulumtohet në kohë reale - duke përdorur mjete të mediave sociale për të formuar grupe afatshkurtra ekspertësh në një faqe mediash sociale."

Chivers gjithashtu lavdëroi arritjet e një "gazetari qytetar"[10] britanik me emrin Brown Moses. Ai është një blloger, emri i vërtetë i të cilit është Eliot Higgins, i cili ka zhvilluar një ekspertizë në armët kimike duke shikuar dhe verifikuar mijëra video të konfliktit në Siri në YouTube.

Higgins nuk ka pasur trajnim as në gazetari e as në pajisje ushtarake, por është bërë një hallkë kyçe në zinxhirin e verifikimit, deri në atë pikë sa gazetarë profesionistë si Chivers dhe madje edhe agjencitë e ndihmës kanë filluar të mbështeten tek ai. Burime të reja, kritike si Moses mund të shfaqen në situata të caktuara - ose për shkak se punojnë në një çështje për një kohë më të gjatë, ose sepse janë në vendin e duhur (ose të gabuar) në kohën e duhur.

9. http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/06/10/following-up-part-i-battlefield-refuse-social-media-and-qaddafis-cluster-bombs/
10. http://www.theguardian.com/world/2013/mar/21/frontroom-blogger-analyses-weapons-syria-frontline

CROWDSOURCING-U I PËRGJEGJSHËM

Qoftë gazetar apo jo, një gjë që duhet ta mbajë mend kushdo që përpiqet të mbledhë dhe verifikojë informacion gjatë një krize, është se - ju jeni gjithashtu një burim informacioni për të tjerët, kur përdorni mediat sociale si Twitter, Facebook ose Google Plus. Kjo do të thotë që çdo informacion i pabazë që postoni ndërsa jeni duke bërë punën tuaj të verifikimit mund të kontribuojë në konfuzionin rreth ngjarjes.

Mbajeni mend këtë ndërsa tuitoni ose postoni detaje dhe kërkoni konfirmim. Qasja më e mirë është të jeni mundësisht sa më të hapur në lidhje me atë që po ndodh dhe t'u kujtoni vazhdimisht ndjekësve ose lidhjeve tuaja sociale se po kërkoni ndihmë, e jo se vetëm qarkulloni informacion të pakonfirmuar.

Për të parandaluar konfuzionin, bëhuni sa më të qartë që mundeni rreth asaj që dini dhe asaj që nuk dini, dhe se për cilat informacione keni nevojë për ndihmë që t'i konfirmoni. Me disa lloje detajesh të ndjeshme ose nxitëse, është më mirë të përpiqeni të konfirmoni fillimisht përmes metodave oflajn para se të përdorni mediat sociale ose metodat onlajn. Mund të jeni të kujdesshëm ta shënoni informacionin si "të pakonfirmuar" ose si thashetheme, por këto "flamuj" shpesh mund të zhduken sapo të fillojnë të përhapen. Të gjithë kemi përgjegjësinë që ta konsiderojmë këtë realitet dhe të mos shtojmë konfuzion ose informim të pasaktë në një situatë krize.

FUQIA E TURMËS

Algoritmet dhe kërkimet e automatizuara mund të gjenerojnë një sasi të madhe përmbajtjeje kur bëhet fjalë për ngjarjet e lajmeve të fundit, siç detajohet në kapitullin e radhës. Por ndoshta vetëm qeniet njerëzore mund të shqyrtojnë dhe t'i japin kuptim asaj sasie përmbajtjeje në një mënyrë efikase, në kohë reale. Siç treguan shembujt si Andy Carvin dhe Brown Moses, mjeti më i mirë për ta bërë këtë është një rrjet burimesh të besueshme që janë të përqendruara ose në një fushë specifike tematike, ose në një vendndodhje specifike fizike - një rrjet që mund ta përdorni si redaksi tuaj të bazuar në crowdsourcing.

Megjithatë, hyrja në këtë lloj marrëdhënieje me burimet nuk duhet të merret me lehtësi. Nuk është vetëm një mjet ose një proces që ju lejon të bëni punën tuaj ose të përfundoni një detyrë më shpejt dhe më me efikasitet - është një përpjekje bashkëpunuese dhe duhet të jeni të përgatitur të jepni aq sa merrni.

Studimi i rastit 6.1:
I penguar nga gramatika arabe

Tom Trevinar dhe M.SH.



Tom Trevinar (Tom Trewinnard) është menaxher i hulumtimit dhe komunikimit në Meedan, organizatë jofitimprurëse e teknologjisë sociale që punon në projektin Checkdesk për të zhvilluar mjete bashkëpunuese verifikimi onlajn. Ai shkruan tuite në @Tom_El_Rumi.



M.SH. është bashkëthemelues i Grupit të Lajmeve "Shabab Souria" (Rinia e Sirisë), të cilin e themeloi me miqtë e tij pasi analizoi dinamikën midis mediave qytetare dhe raportimit të mediave kryesore gjatë kryengritjeve në Tunizi, Egjipt dhe Libi në fillim të vitit 2011.

Shabab Souria (Rinia Siriane) është një rrjet sirianësh brenda dhe jashtë Sirisë që bashkëpunojnë duke përdorur mjete onlajn për të verifikuar dhe publikuar përditësime nga terreni nga e gjithë Siria. Duke punuar si një grup i hapur në Facebook i administruar në mënyrë strikte, anëtarët mbledhin informacione nga publiku për verifikimin e qindra raporteve që dalin çdo ditë nga media zyrtare dhe rrjetet sociale. Më pas ata publikojnë përmbajtjen e verifikuar në arabisht dhe anglisht duke përdorur Checkdesk.

Checkdesk është një platformë me burim të hapur për redaksitë dhe kolektivet mediatike për verifikim dhe publikim të raporteve të mediave digjitale mbi ngjarjet e lajmeve të fundit. Checkdesk u lëshua në përdorim nga Meedan në korrik të vitit 2013 me gjashtë partnerë kryesorë mediatikë në Lindjen e Mesme, të cilët kanë zhvilluar një seri punëtorish brenda komuniteteve të tyre për të trajnuar qytetarët mbi arsimimin mediatik, ndërgjegjësimin për burimet dhe teknikat digjital të verifikimit.

Një shembull i mirë se si Shabab Souria punon për të përgënjeshtruar dhe verifikuar raportet ndodhi më 5 dhjetor 2013. Një person që përdor emrin Sham al-Orouba postoi një video nga YouTube në grupin Shabab Souria në Facebook. Në video, një burrë me mjekër ishte identifikuar si anëtar i grupit xhihadist Seyoof al Islam, dhe pretendonte se grupi kishte kryer sulme kundër komunitetit të krishterë të Saydna-s dhe manastirit Deir Cherubim.

Narrativi i tij për sulmet e dyshuara ishte i ndërthurur me video-klipe të paqarta që dukej se tregonin dëme mbi një ndërtesë në majë të kodrës dhe një statujë të Jezu Krishtit. Duke ia dërguar videon rrjetit Shabab Souria, Al-Orouba bëri një pyetje të thjeshtë: "E konfirmuar apo e mohuar?"

Anëtari Mohammad Fakhr Eddin (të gjithë anëtarët e grupit përdorin pseudonime për të mbrojtur veten) u përgjigj shpejt, duke vënë në dukje se pasaktësitë delikate gramatikore në arabishten e prezantuesit janë atipike për një xhihadist. Bazuar në përvojën e tyre duke shqyrtuar qindra video dhe përmbajtje të tjera nga xhihadistët, grupi shpesh gjen se këta njerëz janë elokuentë në përdorimin e gjuhës.

Një përdorues tjetër, Abu Nabil, u pajtua se arabishtja e dobët e prezantuesit e kishte tradhtuar, duke sinjalizuar se ai nuk është ai që thotë se është. Nabil shtoi se Islami ndalon sulmet ndaj kishave, e një përdorues tjetër u pajtua se grupet xhihadiste në përgjithësi nuk i shënjestrojnë kishat në Siri, përveç nëse ka një arsye të fortë ushtarake për ta bërë këtë.

Shamya Sy dhe Mohammad Fakhr Eddin shtuan një informacion tjetër të rëndësishëm në lidhje me burimin: ata thanë se personi që ka ngarkuar videon në YouTube - Nizar Nayouf - është i njohur për mungesën e besueshmërisë. Provat e tyre ishin se Nayouf në të kaluarën ka qenë përgjegjës për propagandën pro-regjimit të Asadit që synonte shpifjen ndaj grupeve anti-Asad.

"Kjo nuk mund të konfirmohej nga asnjë burim tjetër", shkroi Abu Karam al-Faraty në një postim në këtë grup.

Askush nuk mundi të gjente raportime, imazhe ose pamje të tjera të Seyoof al Islam, ose grupeve të tjera xhihadiste, duke sulmuar Deir Cherubim-in ose komunitetin e krishterë në Saydna.

Me kalimin e kohës, anëtarët e një grupi si Shabab Souria zhvillojnë fushat e tyre të ekspertizës, si dhe një reputacion për punën e tyre. Sy dhe al-Faraty janë të njohur si hetues: Përmes përvojës së tyre të dëshmuar të kontrollit të zellshëm të medias, ata janë etabluar si ekspertë të besueshëm në çështjet e verifikimit. Fakti që ishin mu ata që identifikuan burimin e videos si të pabesueshëm i shtoi peshë shtesë informacionit.

Në fund, grupit iu deshën më pak se tre orë për të përcaktuar se videoja ishte e rreme. Duke bashkuar ekspertizën e anëtarëve të ndryshëm të grupit, ata ishin në gjendje të kontrollonin nëse ekzistonin pamje ose raporte të tjera që vërtetonin ngjarjen; të shqyrtonin dhe vinin në dyshim besueshmërinë e burimit; dhe të analizonin përmbajtjen e videos dhe të identifikonin aspekte që vinin në dyshim autenticitetin e saj.

Shtatë përdorues të ndryshëm bashkëpunuan për të përgënjeshtruar videon. Nëse pranohej si i vërtetë, raporti i rremë i xhihadistëve mund kontribuonte në një luftë të vazhdueshme propagandistike që ndikon jo vetëm mbi civilët brenda Sirisë, por edhe mbi politikbërësit jashtë vendit.

Siç shkroi një përdorues në këtë diskutim, "Problemi është se ne e dimë që kjo është e rreme, por media perëndimore do ta marrë si të vërtetë."

E gjithë kjo ndodhi në kohë kur një ndërhyrje ushtarake ndërkombëtare dukej si një mundësi reale. Prandaj, ishte thelbësore që videoja të përgënjeshtrohej - dhe gjithashtu të shënohej publikisht si e tillë nëpërmjet mediave sociale që janë bërë aq të rëndësishme në rrjedhën e informacionit në konfliktin e Sirisë.

KAPITULLI 7:
BASHKIMI I TURMËS KOMPJUTERIKE NË TURMËN NJERËZORE

Patrik Mejer



Dr. Patrik Mejer (**Patrick Meier Ph.D)** është një lider i njohur ndërkombëtarisht i mendimit mbi zbatimin e teknologjive të reja për reagime/përgjigje humanitare. Ai aktualisht punon si drejtor i inovacionit social në Institutin e Kërkimeve Kompjuterike (QCRI) të Fondacionit të Katarit, ku prototipon Teknologjitë Humanitare të Gjeneratës së Ardhshme (Next Generation Humanitarian Technologies). Para QCRI, Patriku ka qenë bashkëthemelues dhe bashkëdrejtues i Programit të HHI për Hartëzimin e Krizave dhe Paralajmërimin e Hershëm (HHI's Program on Crisis Mapping & Early Warning) dhe ka shërbyer si drejtor i hartëzimit të krizave në Ushahidi. Bllogu i tij me ndikim iRevolution ka marrë mbi 1 milion klikime. Patriku shkruan tuite në: @patrickmeier.

Gazetarët hulumtues dhe praktikuesit e të drejtave të njeriut kanë përdorur me dekada një përzierje strategjish për të verifikuar informacionin në situata emergjente dhe lajmesh të fundit. Kjo ekspertizë është edhe më e kërkuar me rritjen e përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit.

Por, shumë prej tyre gjithnjë e më tepër orientohen drejt "kompjuterikës së avancuar" për të përshpejtuar, dhe mundësisht për automatizuar procesin e verifikimit. Ashtu si me çdo teknikë tjetër, përdorimi i kompjuterikës së përparuar për të verifikuar përmbajtjen e mediave sociale në kohë pothuajse reale ka premtime dhe gracka.

Kompjuterika e avancuar përbëhet nga dy elementë: kompjuterika automatike dhe kompjuterika njerëzore. E para përdor teknika nga përpunimi i gjuhës natyrore (natural language processing - NLP) dhe mësimi makinerik (machine learning - ML), ndërsa e dyta mbështetet në metodat e crowdsourcing-ut dhe mikrodetyrave (microtasking).

Zbatimi i kompjuterikës së avancuar për të verifikuar përmbajtjen e gjeneruar nga përdoruesit është i kufizuar tani për tani, sepse fusha e kërkimit është ende e re; platformat dhe teknikat e verifikimit të përshkruara më poshtë janë ende duke u zhvilluar dhe testuar. Si rezultat, mbetet për t'u parë saktësisht se sa vlerë do t'i shtojnë ato procesit të verifikimit, por përparimet në teknologji ka të ngjarë të vazhdojnë të sjellin mënyra të reja për të ndihmuar në automatizimin e elementëve të procesit të verifikimit.

Ky është një moment i rëndësishëm në zbatimin e kompjuterikës së avancuar për të verifikuar përmbajtjen e gjeneruar nga përdoruesit: Tre projekte të reja në këtë fushë janë duke u zhvilluar. Ky kapitull ofron një pasqyrë të përgjithshme të tyre, së bashku me një sfond se si

përdoren (dhe kombinohen) kompjuterika njerëzore dhe ajo e makinerike në procesin e verifikimit. Ndërsa zhytemi në temë, më lejoni të shtoj një sqarim: Unë kam drejtuar përpjekjet digjitale të reagimit humanitar të përshkruara më poshtë - për Haitin, Filipinet dhe Pakistanin. Përveç kësaj, jam gjithashtu i angazhuar në projektin Verily dhe në krijimin e Twitter Credibility Plugin-it, të cilat përmenden gjithashtu.

KOMPJUTERIKA NJERËZORE

Në kompjuterikën njerëzore, e njohur edhe si kompjuterika e turmës (crowd computing), një makinë i jep detyra të caktuara një njeriu ose turme/grupi. Makina më pas mbledh dhe analizon detyrat e procesuara.

Një përdorim i hershëm i kompjuterikës njerëzore në raste emergjence ishte pas tërmetit të Haitit në vitin 2010. Ushahidi Inc. krijoi një platformë kompjuterike njerëzore të bazuar në ueb për të kryer mikrodetyra në përkthimin e mesazheve urgjente me tekst nga kreolja haitiane në anglisht. Këto mesazhe vinin nga komunitetet e prekura nga katastrofa në dhe përreth Port-au-Prince. Tekstet e përkthyera më pas u triazhuan dhe u hartëzuan në Hartën e Krizës së Ushahidi-t në Haiti. Ndërsa përkthimi i teksteve ishte hera e parë dhe e vetme që Ushahidi përdori një platformë kompjuterike njerëzore për të kryer mikrodetyra për informacionin e krizës, suksesi i kësaj teknike të shkencës kompjuterike nxori në pah vlerën që ajo shtoi në reagimin ndaj katastrofave.

Kompjuterika njerëzore u përdor më pas në vitin 2012 në përgjigje të tajfunit Pablo në Filipine. Me kërkesë të Kombeve të Bashkuara, Rrjeti Digjital Humanitar (DHN) mblodhi dhe analizoi të gjitha tuitet e postuara gjatë 48 orëve të para nga goditja e tajfunit. Më konkretisht, vullnetarëve të DHN iu kërkua të identifikonin të gjitha fotografitë dhe videot e postuara në Twitter që zbulonin dëmet e shkaktuara nga erërat e forta dhe shiu. Për të kryer këtë operacion, DHN përdori platformën falas dhe me burim të hapur të mikrotasking-ut CrowdCrafting për të shënjuar (tag-uar) tuitet dhe imazhet individuale. Të dhënat e përpunuara u përdorën më pas për të krijuar një hartë krize të dëmeve nga katastrofa.

Reagimi i suksesshëm i informatikës njerëzore ndaj tajfunit Pablo nxiti lëshimin në përdorim të një platforme të re dhe të avancuar të mikrotasking-ut të quajtur MicroMappers. E zhvilluar duke përdorur softuerin CrowdCrafting, MicroMappers u përdor për herë të parë në shtator të vitit 2013 për të shënjuar (taguar) tuitet dhe imazhet e postuara onlajn pas tërmetit në Baluchistan. Ky operacion u krye nga DHN në përgjigje të një kërkese nga OKB në Pakistan.

Si përfundim, kompjuterika njerëzore sapo ka filluar të fitojë terren në komunitetin humanitar. Por deri më tani, kompjuterika njerëzore nuk është përdorur për të verifikuar përmbajtjen e mediave sociale.

PLATFORMA VERILY

Platforma Verily, të cilën po ndihmoj të zhvillohet, përdor kompjuterikën njerëzore për të mbledhur me shpejtësi prova që vërtetojnë ose diskreditojnë informacionin e postuar në mediat sociale. Presim që Verily të përdoret për ndihmë në zgjidhjen e raporteve kontradiktore të dëmeve nga fatkeqësitë, të cilat shpesh dalin gjatë dhe pas një katastrofe të madhe. Sigurisht, platforma mund të përdoret edhe për të verifikuar imazhe dhe pamje të videove.

Verily u frymëzua nga Sfida e Balonave të Kuqe (Red Balloon Challenge), e cila filloi në vitin 2009 nga Agjencia e Projekteve të Kërkimit të Avancuar të Mbrojtjes (Defense Advanced Research Projects Agency - DARPA). Sfida kërkonte që pjesëmarrësit të identifikonin saktë vendndodhjen e 10 balonave të kuqe të motit të vendosura anembanë Shteteve të Bashkuara.

Ekipi fitues, nga MIT, i gjeti të 10 balonat në më pak se nëntë orë pa u larguar fare nga kompjuterët e tyre. Në fakt, ata iu drejtuan mediave sociale, në veçanti Twitter-it, për të mobilizuar publikun. Në fillim të garës, ekipi njoftoi se në vend që ta mbanin çmimin prej 40,000 dollarësh nëse fitonin, ata do ta ndanin fitimin me anëtarët e publikut që kanë ndihmuar në kërkimin e balonave. Veçanërisht, ata i stimuluan njerëzit të ftonin anëtarët e rrjetit të tyre social të bashkoheshin në kërkim, duke shkruar: "Po i japim 2000 dollarë për balonë personit të parë që do të na dërgojë koordinatat e sakta, por kjo nuk është e gjitha - i japim gjithashtu 1000 dollarë personit që i ka ftuar. Pastaj, i japim 500 dollarë atij që ka ftuar ftuesin, dhe 250 dollarë cilitdo që i ka ftuar ata, e kështu me radhë."

Platforma Verily përdor të njëjtin mekanizëm stimulues në formën e pikëve. Megjithatë, në vend të kërkimit të balonave në të gjithë vendin, platforma lehtëson verifikimin e raporteve të mediave sociale të postuara gjatë katastrofave për të mbuluar një zonë gjeografike shumë më të vogël - zakonisht një qytet.

Paramendojeni Verily si një tabelë në Pinterest me artikuj të fiksuar që përbëhen nga pyetje po ose jo. Për shembull: "A është mbyllur Ura e Bruklinit për shkak të Uraganit Sandy?" Përdoruesit e Verily mund ta ndajnë këtë kërkesë verifikimi në Twitter ose Facebook dhe gjithashtu t'u dërgojnë email njerëzve që i njohin, të cilët jetojnë afër.

Ata që kanë prova për t'iu përgjigjur pyetjes, postojnë në tabelën e Verily, e cila ka dy seksione: Njëra është për provat që i përgjigjen pyetjes së verifikimit në mënyrë pohuese; tjetra është për provat që japin një përgjigje negative.

Lloji i provave që mund të postohen përfshin tekst, fotografi dhe video. Çdo provë e postuar në tabelën e Verily duhet të shoqërohet me një shpjegim nga personi që poston se pse ajo provë është relevante dhe e besueshme.

Si i tillë, një qëllim paralel i projektit Verily është të mbledhë mendim kritik nga publiku. Platforma Verily pritet të lançohet në www.Veri.ly në fillim të vitit 2014.

KOMPJUTERIKA MAKINERIKE

Tërmeti me magnitudë 8.8 që goditi Kilin në vitin 2010 u raportua gjerësisht në Twitter. Siç ndodh pothuajse gjithmonë, së bashku me këtë valë të tuiteve për krizën erdhi një valë thashethemesh dhe informacionesh të pasakta.

Një thashetheme e tillë ishte për një paralajmërim për cunami në Valparaiso. Një tjetër ishte raportimi i plaçkitjeve në disa lagje të Santiagos. Megjithëse përhapen këto lloj thashethemesh, hulumtimet e fundit empirike kanë treguar se Twitter ka një mekanizëm vetëkorrigjues. Një studim i tuiteve të postuara pas tërmetit në Kili zbuloi se përdoruesit e Twitter zakonisht kundërshtojnë tuitet jokredibile duke vënë në dyshim besueshmërinë e tyre.

Duke analizuar këto kundërshtime, studiuesit kanë treguar se besueshmëria e tuiteve mund të parashikohet. Analiza e ndërlidhur e bazuar në të dhëna ka zbuluar gjithashtu se tuitet me karakteristika të caktuara shpesh janë të rreme. Për shembull, gjatësia e tuiteve, sentimenti i fjalëve

të përdorura dhe numri i hashtagjeve dhe emotikonëve të përdorur ofrojnë indikatorë të besueshmërisë së mundshme të mesazheve të tuitit. E njëjta vlen edhe për tuitet që përfshijnë linqe drejt imazheve dhe videove - gjuha që përmbahet në tuitet që lidhen me përmbajtje multimediale mund të përdoret për të përcaktuar nëse ajo përmbajtje multimediale është e besueshme apo jo.

Të marra së bashku, këto të dhëna u ofrojnë makinave parametrat dhe inteligjencën që u nevojitet për të filluar parashikimin e saktësisë së tuiteve dhe përmbajtjes tjetër të mediave sociale. Kjo hap derën për një rol më të madh për automatizimin në procesin e verifikimit gjatë katastrofave dhe lajmeve të tjera të fundit dhe situatave emergjente.

Për sa i përket zbatimeve praktike, këto gjetje po përdoren për të zhvilluar një "Plugin Besueshmërie" për Twitter. Kjo përfshin ekipin tim në Institutin e Kërkimeve të Kompjuterikës të Katarit që punon në partneritet me Institutin e Teknologjisë së Informacionit Indraprastha në Delhi, Indi.

Ky plugin do të vlerësonte tuitet individuale në një shkallë nga 0 në 100 bazuar në probabilitetin që përmbajtja e një tuiti të caktuar të konsiderohet e besueshme. Plugin-i pritet të lëshohet në përdorim në fillim të vitit 2014. Avantazhi kryesor i kësaj zgjidhjeje të përpunimit makinerik kompjuterik është se ajo është plotësisht e automatizuar dhe, për këtë arsye, më e shkallëzueshme se platforma e kompjuterikës njerëzore Verily.

KOMPJUTERIKA HIBRIDE

Platforma e Inteligjencës Artificiale për Përgjigjen ndaj Katastrofave (The Artificial Intelligence for Disaster Response - AIDR) është një hibrid i modeleve të kompjuterikës njerëzore dhe asaj makinerike.

Platforma kombinon kompjuterikën njerëzore (mikrodetyrat) me kompjuterikën makinerike (mësimin automatik/makinerik). Mikrodetyrat janë marrja e një detyre të madhe dhe ndarja e saj në një seri detyrash më të vogla. Mësimi makinerik përfshin mësimin e një kompjuteri për të kryer një detyrë të caktuar.

AIDR u mundëson përdoruesve të mësojnë një algoritëm për të gjetur informacione me interes në Twitter. Procesi i mësimdhënies bëhet duke përdorur mikrotasking (mikrodetyra). Për shembull, nëse Kryqi i Kuq do të ishte i interesuar të monitoronte Twitter-in për referenca ndaj dëmtimeve në infrastrukturë pas një katastrofe, atëherë stafi i Kryqit të Kuq do të përdorte ndërfaqen (interfejsin) e mikrodetyrave të AIDR për të etiketuar/taguar (zgjedhur) tuite individuale që i referohen dëmit. Algoritmi më pas do të mësonte nga ky proces dhe do të gjente automatikisht tuite shtesë që i referohen dëmit.

Kjo qasje hibride e kompjuterikës mund të përdoret për të identifikuar automatikisht thashethemet bazuar në një grup fillestar tuitesh që i referohen këtyre thashethemeve. Identifikimi i shpejtë i thashethemeve dhe burimit të tyre është një komponent i rëndësishëm i verifikimit të përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit. Ai u mundëson gazetarëve dhe profesionistëve humanitarë të gjurmojnë informacionin deri te burimi i tij dhe të dinë se me kë të kontaktojnë për të ndërmarrë hapin tjetër thelbësor në verifikimin e informacionit.

Sigurisht, qëllimi nuk duhet të jetë vetëm identifikimi i informacionit të rremë ose mashtrues në mediat sociale, por edhe kundërshtimi dhe korrigjimi i këtij informacioni në kohë pothuajse reale. Një version i parë i AIDR u publikua në nëntor të vitit 2013.

PËRSHPEJTIMI I PROCESIT TË VERIFIKIMIT

Siç u përmend më parë, fazat e hershme të platformave të verifikimit të mundësuara nga kompjuterika e avancuar nënkuptojnë se vlera e tyre përfundimtare për verifikimin e përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit mbetet për t'u parë. Edhe nëse këto platforma japin fryte, versionet e tyre të hershme do të përballen me kufizime të rëndësishme. Por kjo punë e hershme është thelbësore për të ecur drejt aplikimeve më kuptimplote të kompjuterikës së avancuar në procesin e verifikimit.

Një kufizim aktual është se AIDR dhe plugin-i i ardhshëm i besueshmërisë i përshkruar më sipër varen tërësisht vetëm nga një burim: Twitter. Nevojiten platforma të verifikimit ndërmedial për të trianguluar raportet nëpër më shumë burime, media dhe gjuhë. Ndërsa Veri.ly i afrohet përmbushjes së kësaj nevoje, ai mbështetet tërësisht në kontributin njerëzor, i cili nuk shkallëzohet lehtë.

Sidoqoftë, këto zgjidhje nuk janë as së afërmi "plumbi i argjendtë" i verifikimit, të cilin e kërkojnë shumë njerëz. Ashtu si platformat e tjera të informacionit, edhe ato mund të manipulohen dhe sabotohen nëse u kushtohet kohë dhe përpjekje të mjaftueshme. Megjithatë, këto mjete kanë mundësinë e përshpejtimit të procesit të verifikimit dhe ka gjasa vetëm të përparojnë, përderisa bëhen më shumë përpjekje dhe investime në terren.

Studimi i rastit 7.1:
Si i përdori OpenStreetMap njerëzit dhe makinat për të hartëzuar zonat e prekura pas tajfunit Haiyan

Den Stouell



Den Stouell (Dan Stowell) është shkencëtar kompjuterash i specializuar në audio - analizë. Ai është gjithashtu kontribues i rregullt në OpenStreetMap dhe merr pjesë në Ekipin Humanitar të OpenStreetMap, një iniciativë që harton harta digjitale, dërgon punëtorë në terren dhe krijon softuer të personalizuar për reduktimin e rrezikut nga katastrofat. Ai ka përvojë në zhvillimin e softuerëve me burim të hapur dhe të mësuarit makinerik, dhe aktualisht është studiues në Qendrën për Muzikë Digjitale të Universitetit Queen Mary të Londrës. Ueb-faqja e tij mund të gjendet këtu.

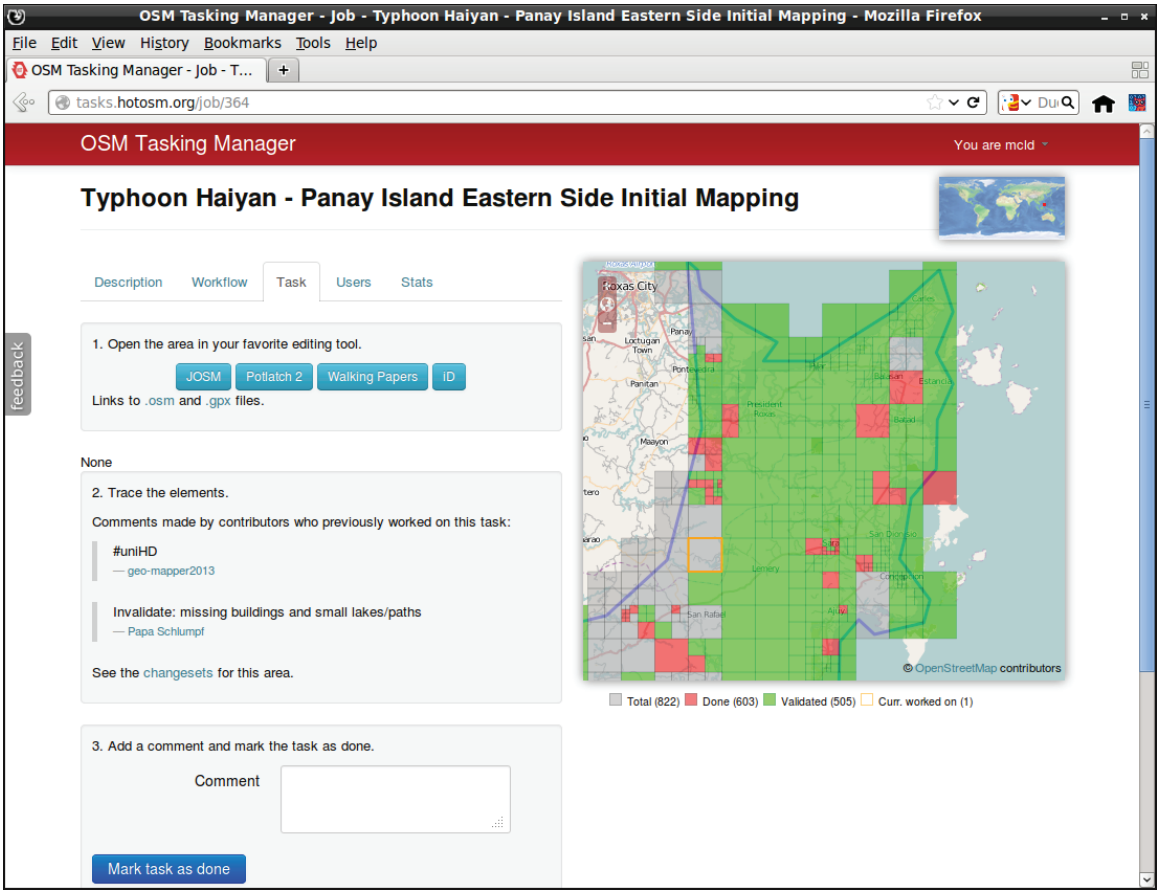
OpenStreetMap është një data-bazë hartash, e ndërtuar mbi modelin e redaktuar nga publiku dhe me të drejta autoriale të hapura që shumica e njohin nga shembulli i Wikipedia-s. Ai ofron disa nga hartat më të detajuara të disponueshme publikisht - veçanërisht për shumë vende në zhvillim.

Kur Tajfuni Haiyan goditi Filipinet në vitin 2013, një grup hartografësh vullnetarë u bashkuan për të hartuar dhe vërtetuar dëmet e përjetuara në zonë. Kjo u koordinua nga Ekipi Humanitar i OpenStreetMap (HOT), i cili u përgjigjet incidenteve humanitare duke "aktivizuar" vullnetarët për të hartëzuar zonat e prekura me një shpejtësi të madhe. Puna kombinon validimin njerëzor me analizën e automatizuar për të marrë rezultate në të cilat mbështeten Kryqi i Kuq, Mjekët pa Kufij (Médecins Sans Frontières) dhe të tjerë për të orientuar ekipet e tyre në terren.

HOT mban një rrjet vullnetarësh të koordinuar nëpërmjet një liste për dërgimin e email-eve dhe mënyrave tjera. Njëzet e katër orë para se të godiste tajfuni, anëtarët diskutuan zonat që ka të ngjarë të goditen dhe vlerësuan cilësinë e të dhënave ekzistuese, duke u përgatitur për një reagim të shpejtë.

Sapo tajfuni arriti në Filipine dhe u konfirmua si një incident humanitar, ekipi i HOT kërkoi që rrjeti i vullnetarëve të kontribuonte në hartëzimin e zonës, duke përfshirë prioritetet specifike të hartëzimit të kërkuara nga agjencitë e ndihmës. Kishte dy qëllime kryesore. I pari ishte të ofrohej një hartë bazë e detajuar e përgjithshme e zonave të populluara dhe rrugëve. I dyti ishte të ofrohej një pamje e asaj se si dukeshin gjërat në terren, pas katastrofës. Ku ishin dëmtuar ose shkatërruar ndërtesat? Cilat ura ishin shembur?

Puna u koordinua dhe u prioritizua përmes ueb-faqes HOT Tasking Manager (foto më poshtë), e cila është një platformë për mikrodetyra për krijimin e hartave. Ajo u lejon administratorëve të HOT-it të specifikojnë një numër "punësh" që duhen bërë - siç është hartëzimi i rrugëve dhe ndërtesave brenda një zone të përcaktuar - dhe e ndan çdo punë në "detyra" të vogla katrore, secila e menaxhueshme nga një hartograf vullnetar, duke gjurmuar imazhet ajrore.



Gjatë përgjigjes ndaj tajfunit Haiyan, më shumë se 1,500 hartues kontribuan, e deri në 100 prej tyre përdorën Task Manager-in në të njëjtën kohë. Ndarja e secilës punë ishte thelbësore për të shfrytëzuar sa më mirë këtë rritje përpjekjesh.

Pas marrjes së një detyre, një përdorues redakton zonën e tij në OpenStreetMap dhe më pas mund ta shënojë katrorin e detyrës së tij si "E kryer" (katrorët e kuq në figurë). Megjithatë, Task Manager-i kërkon që një person i dytë, më me përvojë, të shqyrtojë punën e bërë përpara se detyra të shënohet si "E validuar" (e gjelbër). (Nëse detyra nuk është përfunduar siç duhet, statusi "E kryer" hiqet nga personi i dytë.) Hartuesit mund të lënë komente në faqen e detyrës, duke shpjeguar arsyet për mosvalidimin ose duke theksuar çdo problem të hasur në hartëzim.

Imazhet ajrore janë thelbësore për t'u mundësuar "hartuesve të kolltukut" të kontribuojnë nga distanca duke gjurmuar rrugët, ndërtesat dhe infrastrukturën tjetër. Microsoft ofron imazhet globale Bing për përdorimin nga redaktorët e OpenStreetMap, dhe kjo u përdor gjatë Haiyan-it.

Përfaqësuesit e HOT gjithashtu bashkëpunuan me agjenci/kompani të tilla si NASA, USGS dhe DigitalGlobe për të marrë imazhe ajrore me rezolucion të lartë. Pasi kjo u bë e disponueshme, ekipi i HOT krijoi detyra të reja pune në Tasking Manager, duke u kërkuar vullnetarëve të validonin dhe përmirësonin më tej hartën bazë të Filipineve.

Tasking Manager-i është hapi më i dukshëm i validimit, mirëpo ekosistemi i OpenStreetMap gjithashtu përmban shumë validime automatike (të drejtuara nga makina). Softueri i redaktimit të hartave ("JOSM") validon automatikisht ndryshimet e një përdoruesi para ngarkimit, duke paralajmëruar për të dhëna të q[duken të pabesueshme, të tilla si ndërtesa që vendosen njëra mbi tjetrën ose lumenj që kryqëzohen pa u bashkuar.

Mjete të tjera të automatizuara skanojnë rregullisht bazën e të dhënave të OpenStreetMap dhe nxjerrin në pah problemet e mundshme. Hartuesit me përvojë shpesh i përdorin këto për post-moderim: Ata mund të rregullojnë ose të rikthejnë ndryshimet problematike ose të kontaktojnë drejtpërdrejt përdoruesin.

Kjo procedurë e punës (e kombinuar me koordinim dhe komunikim të vazhdueshëm përmes listave të email-eve, bllogjeve dhe wiki-ve) ofron një strukturë validimi që shkon përtej modelit të komunitetit të OpenStreetMap të drejtuar nga njeriu.

Modeli mbetet shumë i hapur, pa para-moderim dhe me një hierarki gjysmëformale të validuesve; megjithatë, ai prodhon me shpejtësi harta shumë të detajuara që agjencitë ndërkombëtare të reagimit i konsiderojnë shumë të vlefshme.

Meqenëse të dhënat janë të hapura, agjencitë që u përgjigjen nevojave pas tajfunit Haiyan kanë qenë në gjendje t'i përdorin ato në shumë mënyra të ndryshme: I kanë shtypur si harta; i kanë shkarkuar në njësitë SatNav të ekipeve të reagimit; i kanë përdorur për të gjetur qendrat e popullsisë si fshatrat; dhe i kanë analizuar për të kuptuar skemat e shpërthimit të sëmundjeve.

Këto të dhëna hartash të përditësuara me shpejtësi mund të përdoren edhe nga gazetarët me sado pak njohuri mbi të dhënat gjeografike; për shembull, për të ofruar informacion kontekstual të gjeo-lokuar për të dhënat që vijnë nga burime të tjera si tuitet, për të ndihmuar në vërtetimin e pretendimeve në lidhje me ndikimet relative në zona të ndryshme, ose për të prodhuar infografikë të ndikimit dhe përhapjes së një katastrofe.

KAPITULLI 8:
PËRGATITJA PËR RAPORTIM GJATË KATASTROFAVE

Sara Najt



Sara Najt (Sarah Knight) është drejtoreshë rajonale e përmbajtjes për ABC Local Radio në Australinë Perëndimore. Gjatë 25 viteve të saj në Korporatën Australiane të Transmetimeve (Australian Broadcasting Corporation - ABC), Najt ka qenë e kyçur në raportimin mbi një sërë emergjencash për Radion Lokale (Local Radio), duke përfshirë zjarret në Roleystone Kelmscott dhe Margaret River në vitin 2011 dhe ciklonin tropikal Rusty në vitin 2013, ndër të tjera. Ajo ka qenë trajnere kryesore në praktikat e raportimit mbi emergjencat brenda organizatës. Najt kujdeset për stafin në gjashtë radio-stacione në Australinë Perëndimore, që shtrihen nga jugu i prirur ndaj zjarreve dhe përmbytjeve, deri në veriun e prirur ndaj cikloneve, zjarreve dhe përmbytjeve.

Organizatat e lajmeve tradicionalisht kanë pasur dy role informuese gjatë një emergjence. I pari është t'u ofrojë njerëzve informacionin që u nevojitet për t'iu përgjigjur një ngjarjeje. Ky informacion duhet të jetë i qartë, në kohë dhe pa asnjë dyshim. Shpesh ky informacion vjen direkt nga agjencitë qeveritare, ushtria, shërbimi zjarrfikës, policia ose një burim tjetër zyrtar.

Roli i dytë është ai që redaksitë e lajmeve praktikojnë (ose duhet të praktikojnë) çdo ditë: të ndajnë informacionin kritik në mënyrë të drejtë dhe pa favorizime ose paragjykime.

Në ditët e sotme, ekziston edhe një rol i tretë. Njerëzit sot shpesh mësojnë për një kërcënim emergjence përmes mediave sociale. Në vend që të jenë të parët që informojnë njerëzit për një ngjarje emergjence, redaksitë dhe organizata të tjera shpesh e gjejnë veten duke vepruar si një burim i dytë kritik verifikimi, një filtër që e ndan sinjalin nga zhurma dhe thashethemet.

Përgatitja është çelësi për t'u dhënë informacion të saktë njerëzve që kanë nevojë për të - dhe për t'u siguruar që nuk përhapni aksidentalisht informacion të pasaktë.

Çfarë mund të bëni për t'u siguruar që të merrni informacionin që ju nevojitet për të mbajtur njerëzit të sigurt dhe për të qenë burimi i besueshëm gjatë një kohe kaosi dhe konfuzioni? Në këtë kapitull do të shqyrtojmë disa mënyra të thjeshta për të përgatitur veten dhe kolegët tuaj për të ofruar informacion cilësor dhe në kohë gjatë një emergjence.

ELEMENTET E PËRGATITJES

Gjëja e parë që duhet të vendosni është se çfarë roli informues do të luajë organizata juaj. A po raportoni dhe/ose po ndihmoni komunitetin duke lëshuar paralajmërime dhe këshilla në kohë? Korporata Australiane e Transmetimeve I veçon këto të dyja. Raportet të redaksisë sonë dhe programet tona në Radion Lokale, e në një masë edhe kanali ynë i lajmeve 24-orëshe News24 lëshojnë paralajmërime dhe këshilla zyrtare, e raportojnë më vonë.

Politika e ABC thotë se transmetimi i emergjencës përbëhet nga transmetimi i paralajmërimeve formale dhe zyrtare në lidhje me një ngjarje emergjente, dhe transmetimi i informacionit të ofruar nga burime të tjera, duke përfshirë thirrjet e dëgjuesve, mediat sociale dhe raportimin mbi rindërtimin. Politika jonë nuk vlen për "Stafin dhe kontraktorët e Divizionit të Lajmeve të ABC dhe raportimin e tyre për ngjarjet e emergjencës".

INFORMACIONI LOKAL

Pasi roli/rolet tuaja janë përcaktuar, gjëja tjetër që duhet të bëni është t'i pajisni njerëzit tuaj me informacionin lokal që u nevojitet për të reaguar shpejt dhe për të kuptuar pasojat e një kërcënimi të mundshëm. Kjo do të thotë të analizoni se çfarë lloj situatash emergjente ka gjasa të ndodhin në zonën tuaj dhe të përgatiteni për to.

Disa pyetje që duhet konsideruar janë:

- Cilat janë fatkeqësitë natyrore më të zakonshme dhe të mundshme që godasin zonën tonë?
- Çfarë lloje krimesh ose emergjencash kanë tendencë të ndodhin?
- Cilat janë strukturat kritike në zonë (autostrada, ura, etj.)?
- A ka agjenci qeveritare ose instalime ushtarake të ndjeshme që mund të jenë shënjestra?
- Cilat janë rrugët e rrezikshme ose elementët e tjerë të infrastrukturës që shpesh janë vendi i incidenteve emergjente?
- Cilat lagje/rajone janë qendër e bandave, grupeve rebele, etj.?

Tani që keni identifikuar disa nga situatat e mundshme, filloni të ndërtoni një listë të burimeve me autoritet - zyrtare dhe jozyrtare - që do të kenë informacion të dobishëm dhe kritik.

Kjo përfshin ndihmësit e pare emergjentë (a janë në Twitter? Facebook? A mund të ndërtoni një listë të tyre për t'i pasur gati?), si dhe ekspertët vendas në universitete, OJQ dhe zyra qeveritare, dhe drejtuesit e komunikimit në agjenci, kompani dhe organizata të tjera të rëndësishme.

Mblidhni numrat e telefonit, llogaritë në Twitter, faqet në Facebook dhe vendosini të gjitha në një format qendror dhe të qasshëm, qoftë një bazë të dhënash të përbashkët, një tabelë llogaritëse apo ndonjë mjet tjetër. Organizoni kontaktet tuaja sipas llojit të situatës ku ato mund të jenë më të dobishme.

NDËRTIMI I MARRËDHËNIEVE

Çdo gazetar ose punonjës humanitar ka nevojë për kontakte. Por nuk ka të bëjë vetëm me numrat e telefonit dhe detajet e tjera - ka të bëjë me marrëdhëniet. Burime të besueshme që e dini se mund t'i telefononi për informacion cilësor. Burime që ju besojnë.

Ky besim nuk do të zhvillohet menjëherë gjatë një emergjence.

Duhet të jeni pro-aktivë. Nëse është e mundur, takohuni me burimet tuaja drejtpërsëdrejti. Ftojini ata të shikojnë redaksinë, zyrën ose ambientet tuaja. Tregojuni atyre se çfarë bëni me informacionin që ata ofrojnë. Shpjegoni se si do t'i ndihmoni ata ta përcjellin mesazhin e tyre tek njerëzit që kanë nevojë për të. Merrni kohë për t'i vizituar dhe për të parë se si punojnë gjatë një emergjence. Kuptoni proceset e tyre dhe presionet mbi ta. Njohja juaj personale do t'ju ndihmojë të keni përparësi kur ata janë të zënë duke u marrë me kërkesa të shumta.

Njësoj si marrëdhëniet me personelin kyç në shërbimet e menaxhimit të emergjencave dhe organizata/agjenci të tjera, merrni në konsideratë marrëdhënien me audiencën tuaj.

A e dinë ata se ju do t'u jepni informacion në kohë? A e dinë ata kur mund zakonisht ta dëgjojnë ose ta shohin atë? A e dinë ata se çfarë shërbimesh ofroni - dhe çfarë nuk ofroni - gjatë një emergjence?

Për redaksitë, storiet e përgatitjes janë një mënyrë për të komunikuar mesazhin se ju do të jeni një burim informacioni që mund t'i ndihmojë ata. Për shembull, në ABC ne publikojmë raportime që ofrojnë vështrim se si duket sezoni i ardhshëm i zjarreve, si dhe udhëzues për paketimin e kompleteve të emergjencës. Ky lloj përmbajtjeje mund të ofrohet nga redaksitë, agjencitë e ndihmës dhe organizata të tjera, dhe ndihmon në përgatitjen e terrenit për atë se si mund t'i ndihmoni publikut.

Është gjithashtu e rëndësishme që informacioni të rrjedhë edhe në drejtimin tjetër. Audienca dhe komuniteti juaj do të jenë një burim i vlefshëm dhe i rëndësishëm informacioni për ju në rast emergjence. Inkurajoni audiencën tuaj që t'ju telefonojë, t'ju dërgojë email ose mesazh me informacion. Kjo mund të fillojë me informacione për bllokime trafiku, foto të motit dhe informacione të tjera.

TRAJNIMI I STAFIT

Në ABC ne fillojmë me një Plan të Transmetimit të Emergjencave. Në të gjenden udhëzime të qarta se si të trajtohen paralajmërimet zyrtare në transmetim, si dhe informacione të tilla si hartat e mbulimit të transmetimit për t'u siguruar që paralajmërimet të arrijnë tek njerëzit e prekur.

Gjithashtu, në planin tonë kemi informacione që prezantuesit mund t'i përdorin në transmetim për të ndihmuar njerëzit. Informacioni vjen nga agjencitë e ndryshme të menaxhimit të emergjencave. Për shembull: "Mbushni vaskën tuaj me ujë në mënyrë që ta përdorni atë ujë për të shuar zjarret në zona të caktuara nëse presioni i ujit bie", ose "Fiksoni të gjitha dritaret nga cikloni. Mbyllni dritaret e ekspozuara me dërrasa ose shirit ngjitës të fortë."

Një pjesë e përgatitjes suaj duhet të përfshijë edhe mbledhjen e këshillave që mund t'i ofrohen publikut kur godet një fatkeqësi. Këto mund të mblidhen gjatë kontaktimit paraprak me burimet tuaja.

Sigurohuni që të krijoni procese të brendshme që kërkojnë që të rilidheni me burimet tuaja për të siguruar që ky informacion të jetë i azhurnuar. Ky përditësim mund të planifikohet nëse zona juaj është e prirur ndaj emergjencave të lidhura me motin.

Në Australinë veriore, për shembull, ciklonet janë një shqetësim i madh. Ato janë gjithashtu disi të parashikueshme, pasi ka një sezon kur ka më shumë gjasa të ndodhin. Para sezonit, planet tona lokale përditësohen dhe agjencitë e emergjencës thirren për të kontrolluar nëse informacioni dhe kontaktet janë ende të sakta. Stafi mblidhet së bashku për të kaluar nëpër procedurat në grupe të vogla.

Kjo jo vetëm që siguron që informacioni në plan të jetë i azhurnuar, por gjithashtu ndihmon në rivendosjen e marrëdhënieve që mund të jenë lënë pas dore në periudhën e qetë.

Një mjet që e kemi gjetur të dobishëm gjatë trajnimit të stafit është bërja e pyetjeve hipotetike bazuar në përvojat e mëparshme. Pyetjet hipotetike e detyrojnë stafin të mendojë mirë se çfarë do të bënte në atë skenar dhe ndonjëherë mund të çojë në diskutime të gjalla rreth praktikave më të mira. Teknologjia dhe mjetet ndryshojnë shpejt, kështu që kjo mund të jetë një mënyrë e shkëlqyer për t'u siguruar që jeni në hap me kohën.

Ne i paraqesim këto pyetje hipotetike në nivele të ndryshme, për shembull:

- Çfarë duhet bërë kur parashikohet një ngjarje katastrofike e motit?
- Çfarë të bëni kur ju kërkohet të evakuoni studion?
- Çfarë të bëni nëse paralajmërimi për rrezik vjen deri sa jeni duke bërë ndërrimin tuaj të zakonshëm?

Shëndeti dhe siguria në punë janë një shqetësim kyç. Sigurohuni që njerëzit tuaj të kenë trajnim adekuat për të qëndruar në zona të rrezikshme. Në Australi, për shembull, autoritetet e zjarrfikësve dhe emergjencave mbajnë seanca trajnimi për median për raportimin nga zonat e zjarrit; stafi nuk dërgohet në vendin e zjarrit pa e përfunduar atë trajnim.

Agjencitë e menaxhimit të emergjencave shpesh zhvillojnë seanca trajnimi për median për të trajnuar gazetarët - për rreziqet e vizitës në vendet kapura nga zjarri, për shembull. Kjo mund të jetë veçanërisht e rëndësishme për pjesëmarrje nëse vetëm gazetarët e akreditуar me trajnim të tillë janë në gjendje të kalojnë pikat kontrolluese në rrugë për të raportuar storien. (Trajnimi në vetvete është një mënyrë tjetër për gazetarin për të krijuar kontakte brenda organizatës së emergjencës dhe për të filluar ndërtimin e besimit.) Në organizatat e ndihmës, trajnimi i njerëzve është veçanërisht i rëndësishëm, pasi ata mund të qëndrojnë në terren për periudha të gjata kohore.

Së fundmi, mos i neglizhoni punonjësit e rinj dhe anëtarët e rinj të ekipit tuaj. Ne kemi një politikë për të përfshirë stafin në procedurat e transmetimit të emergjencës brenda dy javësh nga fillimi i tyre. Emergjencat për fat të keq nuk presin për një trajnim vjetor!

KOMUNIKIMI I BRENDSHËM

Nuk mjafton të kesh mënyra të shpejta komunikimi me palët e interesuara të jashtme. Duhet të hartosh një plan të procedurave të punës dhe plan komunikimi që ti dhe kolegët e tu të punoni së bashku.

Disa pyetje kyçe për t'u marrë në konsideratë dhe për t'u përgjigjur përfshijnë:

- Si do ta komunikoni atë që po bëni me të tjerët në organizatën tuaj?
- Kush është përgjegjës për të marrë vendimin përfundimtar për atë që ndahet/publikohet/transmetohet?
- A ka ndonjë sistem pagese të përmbajtjeve që duhet të çaktivizohet në rast emergjence?
- A do të keni një rubrikë të posaçme në ueb-faqen tuaj?
- Çfarë duhet të dijë/bëjë ekipi juaj për mbështetje teknike? Po producentët e ueb-faqes suaj? Po ata që merren me mediat sociale?
- A janë të sigurt transmetuesit tuaj dhe infrastruktura tjetër kritike?

Në ABC, ne kemi hartuar një Raport Situate (Situation Report – Sitrep) që shpërndahet gjerësisht përmes sistemit tonë të email-it kur ka një emergjencë të rëndësishme. Kjo siguron që të gjithë të kenë një ide për kërcënimin dhe reagimin e ABC-së, si dhe kush po e menaxhon emergjencën brenda kompanisë.

"Sitrep" është një mjet i dobishëm jo vetëm për të komunikuar brenda kompanisë, por edhe si një listë kontrolli për menaxherët kur ekziston rreziku i paralizimit nga mbingarkesa me informacion[11].

Grupet e shpërndarjes së email-eve të personelit kyç në secilin shtet janë vendosur dhe mirëmbahen rregullisht për të lehtësuar shpërndarjen. Gjithashtu, mund të konsideroni përdorimin e listave të shpërndarjes së SMS-ve dhe mënyra të tjera për të përcjellë informacionin tek njerëzit tuaj. (Ne përdorim Whispir, një mjet të brendshëm email-i/mesazhesh që mund të japë alarme emergjence për lajme të fundit.)

Gjatë një emergjence të madhe, siç janë zjarret e fundit të shkurreve në Uellsin e Ri Jugor, ne i kërkojmë pjesës tjetër të rrjetit të mos telefonojë ekipin që merret me emergjencën për intervista në lidhje me emergjencën. Gjithashtu, kërkojmë që ekipet jashtë zonës së prekur të mos telefonojnë autoritetet e emergjencës në mënyrë që ato të mos mbingarkohen. Ndonjëherë, caktojmë dikë për t'u marrë posaçërisht me kërkesat e jashtme në mënyrë që ekipi ynë të mund të vazhdojë me dhënien e informacionit të emergjencës tek njerëzit nën kërcënim.

Kur bëhet fjalë për verifikimin, pjesa kryesore për t'u komunikuar është procedura e punës për mënyrën se si përmbajtja dhe informacioni do të mblidhen, kontrollohen dhe më pas miratohen ose refuzohen për publikim. Kush e bën kontrollin dhe kush e shqyrton këtë punë? Si siguroheni që çdo pjesë e përmbajtjes të përfitojë nga ajo që e shikojnë shumë sy, e njëkohësisht të mundësohet të veproni shpejt dhe të botoni informacione të rëndësishme?

11. Për më shumë mbi këtë, lexoni „The Checklist Manifesto" nga Atul Gawande

TRANSMETIMI I RIMËKËMBJES

Organizatat gjithmonë duan të mbulojnë dhe t'i përgjigjen një emergjence gjatë kulmit të fatkeqësisë, por komuniteteve të prekura mund t'u duhen shumë muaj ose vite për t'u rikuperuar. Redaksitë duhet të planifikojnë të jenë atje pas fatkeqësisë për të mbështetur ato komunitete me informacionin që mund të përdorin. (Ky është më pak problem me organizatat e ndihmës dhe humanitare, të cilat i japin përparësi këtij aspekti.)

Të qenit aty në këtë kohë mund të ndërtojë besim ndaj organizatës suaj. Një nga ankesat e zakonshme pas emergjencës është ndjenja e braktisjes.

Ju duhet të ndihmoni edhe rimëkëmbjen e stafit tuaj. Një takim informues pas emergjencës është thelbësor për t'u lejuar njerëzve të shprehen dhe për t'u siguruar që ju e kuptoni se çfarë ka ndodhur në mënyrë që të përmirësoni shërbimin tuaj herën tjetër. Sepse do të ketë një herë tjetër.

Anëtarët e stafit duhet të kontrollohen gjithashtu individualisht. Shpesh këto ngjarje mund të jenë traumatike, dhe jo vetëm për ata që shkojnë fizikisht në zonën e fatkeqësisë. Anëtarët e stafit mund të jenë prekur personalisht, me anëtarë të familjes në rrezik.

Pas zjarreve të shkurreve të së Shtunës së Zezë të vitit 2009 në Victoria, Australi, shumë anëtarë të stafit raportuan se ndiheshin të pafuqishëm pasi morën telefonata pas telefonatash nga njerëz të dëshpëruar të zënë në zonat e zjarrit.

Vite pas përmbytjeve në Queensland të vitit 2011, stafi që "qëndroi në detyrë" raportoi simptoma të stresit post-traumatik.

Është e rëndësishme që stafi dhe menaxherët të njohin simptomat e stresit në vendin e punës dhe të kenë në dispozicion mjetet ose burimet për t'ju ndihmuar.

Ju mund të raportoni mbi një emergjencë pa përgatitje, por mbulimi juaj do të jetë më efektiv dhe më pak stresues për stafin tuaj nëse krijoni një plan, zhvilloni marrëdhënie të jashtme me palët e interesuara, krijoni rrugë komunikimi brenda organizatës suaj dhe siguroni mirëqenien e stafit përmes trajnimit, ofrimit të mbështetjes gjatë një ngjarjeje dhe kryerjes së takimeve efektive informuese.

KËSHILLA PËR ORGANIZATAT E NDIHMËS HUMANITARE

Organizatat e ndihmës humanitare duhet të marrin në konsideratë audiencën e synuar për informacion. A synoni të siguroni informacion dhe t'ua jepni atë njerëzve tuaj në terren për të orientuar përpjekjet e tyre? A po ushqeni me informacion mediat apo qeverinë? A po komunikoni drejtpërdrejt me publikun duke përdorur platformat e mediave sociale?

Mos harroni, nëse nuk po u tregoni njerëzve se çfarë po bën organizata juaj... kush po e bën këtë? Dikush do ta bëjë dhe mund të mos jetë e saktë. Sigurohuni që të mos ketë një vakum informacioni.

Studimi i rastit 8.1: Si raportoi dhe si mësoi NHK News nga tërmeti në Japoni në vitin 2011

Takashi Ocuki



Takashi Ocuki (Takashi Ōtsuki) është zëvendësdrejtor i Qendrës së Fatkeqësive Natyrore dhe Meteorologjisë në Departamentin e Lajmeve të NHK-së (NHK News Department), ku është përgjegjës për përgatitjen për fatkeqësi të mëdha dhe planifikimin e raportimit. Më parë, ai ka punuar në degët rajonale të kësaj agjencie, Departamentin e TV Lajmeve dhe Departamentin e Lajmeve të Qytetit, duke raportuar për lloje të ndryshme të katastrofave natyrore, përfshirë shpërthimin e vullkanit të malit Oyama në ishullin Miyake, malit Usu në pjesën veriore të Japonisë, dhe tërmetin e vitit 1999 në Izmit në Turqi.

Kur një tërmet masiv goditi Japoninë pasditen e 11 marsit 2011, NHK, transmetuesi i vetëm publik i Japonisë, po transmetonte një debat të drejtpërdrejtë në kanalin e tij kryesor.

Agjencia Meteorologjike e Japonisë (JMA) lëshoi një paralajmërim alarmi 30 sekonda pasi u detektua tërmeti, e NHK reagoi duke futur menjëherë një tiker me një hartë (të treguar më poshtë). Ai shfaqte epiqendrën e tërmetit dhe tregonte zonat që mund të prisnin të përjetonin dridhje; grafiku shoqërohej gjithashtu nga një audio - paralajmërim. (JMA lëshon alarme dhe paralajmërime bazuar në të dhënat nga sizmometrat e vendosur në të gjithë Japoninë.)

Një minutë pas alarmit të JMA-së, të gjitha TV dhe radio programet të NHK-së kaluan në transmetim të drejtpërdrejtë në studio rreth tërmetit dhe paralajmërimit për cunami që lidhej me të.



NHK bashkëpunon ngushtë me JMA-në për të siguruar një standard të lartë të përgatitjes për fatkeqësi dhe komunikim të shpejtë të ngjarjeve. NHK ka krijuar një sistem që na lejon të krijojmë shpejt grafikë dhe të prodhojmë automatikisht skenarë lajmesh për personelin në transmetim. NHK gjithashtu kryen trajnime çdo ditë pas mesnatës kur nuk transmetohen programe. (Kjo për shkak se ne monitorojmë dhe raportojmë vazhdimisht për tërmetet.) Ky përkushtim ndaj parapërgatitjeve për fatkeqësi nënkupton se ne ishim në gjendje të kalonim shpejt në transmetim të drejtpërdrejtë, menjëherë pasi u zbulua tërmeti.

Përgatitja për fatkeqësi në NHK nuk mbështetet vetëm në alarmimet e JMA-së. Ne gjithashtu operojmë dhe monitorojmë pamjet nga 500 kamera robotike të vendosura në qytete të mëdha, në zonat bregdetare dhe rreth centraleve bërthamore. Kjo na siguron një sasi të mahnitshme pamjesh të drejtpërdrejta kur ndodh një fatkeqësi. Për shembull, gjatë tërmetit, një kamerë kapi një valë cunami 30 minuta pasi u zbulua tërmeti (treguar më poshtë).



Së bashku me kamerat, NHK përdori imazhe ajrore të regjistruara nga helikopterët për të treguar efektet e tërmetit dhe cunamit. Kjo do të thoshte se ne ishim në gjendje të transmetonim drejtpërdrejt pamje të paharrueshme të një cunami që shkatërroi shtëpitë në Sendai - vetëm një orë pas tërmetit (shih më poshtë).

Deri në vitin 2014, do të kemi 15 helikopterë të stacionuar në 12 lokacione anembanë Japonisë. Kjo do të na mundësojë të arrijmë në çdo vend brenda shtetit dhe të transmetojmë brenda një ore.

NHK bëri gjithashtu përpjekje për të zgjeruar raportimin mbi tërmetet në platforma të ndryshme. TV dhe radio transmetimet e drejtpërdrejta u transmetuan live në platforma si Ustream dhe Niconico Live. Ne ishim të përmbytur me kërkesa nga njerëz që kërkonin informacion në lidhje me sigurinë e të afërmve të tyre. Për ta bërë këtë në përmasa më të gjera, NHK vendosi çdo informacion që kishim në kërkuesin e njerëzve në Google (Google Person Finder), i cili "i ndihmon njerëzit të rilidhen me miqtë dhe të afërmit pas katastrofave natyrore dhe humanitare".



ADAPTIMI DHE PËRMIRËSIMI

Pas tërmetit, NHK e përshtati qasjen tonë ndaj raportimit rreth katastrofave për të përmirësuar fushat e dobëta dhe për të përmirësuar atë që tashmë e bëjmë. Ja pesë iniciativa të reja që i nisëm:

1. E përmirësuam raportimin mbi fatkeqësitë për të siguruar që ai të mund të kuptohet si vizualisht, ashtu edhe nga ana dëgjimore. Transmetimi ynë i mëparshëm i fatkeqësive theksonte një qasje të distancuar dhe faktike të përqendruar kryesisht në komunikimin e detajeve të një tërmeti (si epiqendra e tij, lartësia e pritur e çdo cunami, etj.). Sot, një prezantues lajmesh, në rast të një emergjence të madhe, do t'u bëjë menjëherë thirrje shikuesve të evakuohen, kur është e nevojshme. Prezantuesit e lajmeve gjithashtu theksojnë nevojën për t'u evakuuar me qetësi, në mënyrë që të mos shkaktohet panik. Përveç kësaj, ne përdorim një sinjalizues vizual që mund të shfaqet sa herë që ka një thirrje për evakuim të menjëhershëm (shih më poshtë). Kjo siguron që njerëzit me aftësi të kufizuara në dëgjim të marrin informacionin thelbësor.



2. Menjëherë pas tërmetit të vitit 2011, shumë media u mbështetën në njoftimet për media nga qeveria dhe kompania e energjisë për të raportuar situatën në centralet bërthamore. Kjo ishte pjesërisht rezultat i qasjes të kufizuar në centralet, dhe do të thoshte se ne nuk ishim në gjendje të verifikonim në mënyrë të pavarur informacionin. Për t'u përgatitur më mirë dhe për të siguruar se mundemi të paraqesim informacionin zyrtar në një kontekst më të saktë, ne tani trajnojmë gazetarë në tema shkencore dhe të specializuara. Ne gjithashtu kërkojmë dhe paraqesim qëndrimet e shumë ekspertëve, dhe japim parashikime për ndikimin e ndonjë tërmeti dhe çfarëdo aksidenti në central bërthamor.

3. Njerëzit në zonat e prekura nga fatkeqësitë kanë përdorur mediat sociale për t'u lidhur me mediat lokale të shtypit dhe radios, si dhe me njëri-tjetrin. Për të siguruar që gazetarët tanë i përdorin mediat sociale në mënyrë efektive kur mbulojnë një katastrofë, NHK zhvilloi udhëzime të reja që ofrojnë protokolle për trajtimin e përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit, të tilla si përfshirja e paralajmërimeve për rezervë në lidhje me nivelin e verifikimit që kemi mundur të aplikojmë për një informacion të caktuar. Udhëzimet gjithashtu përfshijnë këshilla se si të identifikohen informacionet e rreme.

Përveç kësaj, krijuam një ekip “Dëgjimi Social” (“Social Listening”) që përqendrohet në monitorimin dhe verifikimin e mediave sociale. Ekipi (shihet më poshtë) përdor intensivisht listat e Twitter për të krijuar paraprakisht një rrjet burimesh të besueshme për monitorim dhe verifikim më të mirë të fakteve kur ndodh një ngjarje.



4. NHK zhvilloi platformën e vet të përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit, NHK ScoopBox. Platforma mbledh të dhënat personale dhe vendndodhjen e një ngarkuesi, duke e bërë më të lehtë kontaktimin direkt dhe konfirmimin e përmbajtjes së tyre. Kur një tornado goditi rajonin e Kantos në shtator të vitit 2013, ScoopBox na mundësoi të gjenim dhe verifikonim 14 përmbajtje të gjeneruara nga përdoruesit që u përdorën në transmetime kombëtare dhe lokale.

5. Pas tërmetit, ne i humbëm fotografitë nga disa nga kamerat tona robotike pasi ndërprerjet e energjisë goditën zonat e prekura nga cunami. Për shkak të shkallës së dëmit, si dhe kufizimeve të sigurisë në Fukushima, ekipet e NHK nuk ishin në gjendje të rikarikonin kamerat. Për të shmangur këtë në të ardhmen, NHK zhvilloi një sistem për të gjeneruar energji përmes energjisë së erës dhe të diellit dhe për ta ruajtur atë në mënyrë më të sigurt në kamerat robotike. (Më poshtë janë imazhet që tregojnë një NHK kamerë dhe panelet solare që ndihmojnë në funksionimin e saj.)





KAPITULLI 9:
KRIJIMI I PROCESIT TË VERIFIKIMIT DHE LISTËS(AVE) TË KONTROLLIT

Kreg Sillvermen dhe Rina Cubaki



Kreg Sillvermen (Craig Silverman) është gazetar sipërmarrës dhe themelues dhe redaktor i Regret the Error (Keqardhje për gabimin) bllog i Institutit Poynter mbi gabimet, saktësinë dhe verifikimin e mediave. Ai gjithashtu ka përpiluar një kurs mbi verifikimin e moshës digjitale për Universitetin e Lajmeve Poynter. Kreg Sillvermen është drejtor i përmbajtjes për Spundge, platformë që u mundëson profesionistëve të zhvillohen dhe të monetizojnë ekspertizën e tyre përmes përmbajtjes. Më pare, Kreg Sillvermen ndihmoi në nisjen e OpenFile, një start-up lajmesh onlajn që ofroi raportim lokal në gjashtë qytete kanadeze. Ai është autor i "Keqardhje për gabimin: Si gabimet e mediave e ndotin shtypin dhe e rrezikojnë fjalën e lire" (Regret The Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech), ndërsa puna e tij është njohur nga Klubi Kombëtar i Shtypit i SHBA-së (U.S. National Press Club), Çmimet Mirror, Shkrimtarët e Krimeve të Kanadasë (Crime Writers of Canada) dhe Çmimet e Magazinave Kombëtare (Kanada). Ai shkruan tuite në @craigsilverman.



Rina Cubaki (Rina Tsubaki) drejton dhe menaxhon iniciativat "Doracaku i verifikimit" dhe "Gazetaria e emergjencave" në Qendrën Evropiane të Gazetarisë në Holandë. Gazetaria e Emergjencave bashkon resurse për profesionistët e medias që raportojnë në dhe rreth situatave të paqëndrueshme në epokën digjitale, ndërsa Cubaki ka folur shpesh për këto tema në ngjarje, duke përfshirë një takim të OKB-së dhe Festivalin Ndërkombëtar të Gazetarisë. Më parë, ajo ka menaxhuar disa projekte me fokus në rolin e qytetarëve në peizazhin e ndryshueshëm mediatik, ndërsa në vitin 2011 ishte kontribuesja kryesore në Raportin e Internews Europe mbi rolin e komunikimit gjatë tërmetit në Japoni të marsit 2011. Ajo gjithashtu ka kontribuar në Hokkaido Shimbun, gazetë e përditshme rajonale në Japoni. Ajo shkruan tuite në @wildflyingpanda.

Kapitulli 9: Krijimi i procesit të verifikimit dhe listës(ave) të kontrollit

Kreg Sillvermen dhe Rina Cubaki

BAZAT E VERIFIKIMIT

- Vendosni një plan dhe procedura për verifikim përpara se të ndodhin katastrofa dhe lajme të jashtëzakonshme (lajmet e fundit).
- Verifikimi është një proces. Rruga drejt verifikimit mund të ndryshojë në varësi nga çdo fakt.
- Verifikoni burimet dhe përmbajtjen që ofrojnë.
- Mos i përsërisni kurrë si papagall dhe mos u besoni burimeve, qofshin ata dëshmitarë, viktima apo autoritete. Rrëfimet e dorës së parë mund të jenë të pasakta ose manipuluese, të nxitura nga emocionet ose të formuara nga kujtesa e gabuar ose perspektiva e kufizuar.
- Sfidoni burimet duke pyetur "Si e dini këtë?" dhe "Si e dini këtë në tjetër mënyrë?".
- Trianguloni/krahasoni atë që ofrojnë me burime të tjera të besueshme, duke përfshirë dokumentacione si fotografi dhe regjistrime audio/video.
- Pyeteni veten: "A di mjaftueshëm për të verifikuar?" A keni njohuri të mjaftueshme për temat që kërkojnë kuptim të kompleksitetëve kulturorë, etnike dhe fetare?
- Bashkëpunoni me anëtarët e ekipit dhe ekspertët; mos ecni vetëm.

VERIFIKIMI I PËRMBAJTJES SË GJENERUAR NGA PËRDORUESIT

- Filloni nga supozimi se përmbajtja është e pasaktë ose është "e gërryer" ose e kopjuar ("scraped"), e prerë, e copëtuar, e dublikuar dhe/ose e ripostuar me kontekst të ndryshëm.
- Ndiqni këto hapa kur verifikoni përmbajtjen UGC:
    1. Identifikoni dhe verifikoni burimin origjinal dhe përmbajtjen (duke përfshirë vendndodhjen, datën dhe kohën e përafërt).
    2. Trianguloni/krahasoni dhe sfidoni burimin.
    3. Merrni leje nga autori/origjinatori për të përdorur përmbajtjen (foto, video, audio).
- Mblidhni gjithmonë informacione rreth ngarkuesve dhe verifikoni sa më shumë që të jetë e mundur para se t'i kontaktoni dhe t'i pyesni drejtpërdrejt nëse janë vërtet viktima, dëshmitarë apo krijues të përmbajtjes.

1. IDENTIFIKONI DHE VERIFIKONI BURIMIN ORIGJINAL DHE PËRMBAJTJEN (DUKE PËRFSHIRË VENDNDODHJEN, DATËN DHE KOHËN E PËRAFËRT).

Origjina

Hapi i parë i verifikimit të UGC është të identifikohet përmbajtja origjinale, qoftë një tuit, imazh, video, mesazh teksti etj. Disa pyetje për të filluar janë:

- A mund të gjeni postime/përmbajtje të njëjta ose të ngjashme diku tjetër onlajn?
- Kur është ngarkuar/filmuar/ndarë versioni i parë?
- A mund ta identifikoni vendndodhjen? A është UGC-ja e gjeo-etiketuar?
- A ka ndonjë ueb-faqe të lidhur me përmbajtjen?
- A mund ta identifikoni personin që ka ndarë/ngarkuar UGC-në dhe ta kontaktoni atë për më shumë informacion? (Shihni seksionin **"Burimi"** më poshtë.)

Kur keni të bëni me imazhe dhe video, përdorni Google Image Search ose TinEye për të kryer një kërkim të kundërt të miniaturave të imazhit/videos (thumbnail). Nëse shfaqen disa lidhje për të njëjtin imazh, klikoni te "shiko madhësi të tjera" ("view other sizes") për të gjetur rezolucionin/madhësinë më të lartë, e cila zakonisht është imazhi origjinal.

Për të verifikuar prejardhjen e imazheve:

- Përdorni Google Image Search ose TinEye për të kryer një kërkim të kundërt të imazhit. Nëse shfaqen disa lidhje për të njëjtin imazh, klikoni te "shiko madhësi të tjera" për të gjetur rezolucionin/madhësinë më të lartë që zakonisht është imazhi origjinal.
- Kontrolloni nëse imazhi ka të dhëna EXIF (meta të dhëna - metadata). Përdorni softuer si Photoshop ose mjete falas si Fotoforensics.com ose Findexif.com për të parë informacion në lidhje me modelin e kamerës, vulën kohore të imazhit (kujdes: të dhënat mund të jenë të paracaktuara në cilësimet e prodhuesit) dhe dimensionet e imazhit origjinal.
- Rrjetet sociale si Twitter, Facebook dhe Instagram heqin shumicën e meta të dhënave. Flickr është një përjashtim. Në vend të kësaj, provoni Geofeedia dhe Ban.jo për të identifikuar të dhënat GPS nga pajisja mobile që ka ngarkuar imazhin.

Për të verifikuar origjinën e videos:

- Përdorni akronime, emra vendesh dhe përemra të tjerë për një kërkim të mirë me fjalë kyçe në platformat e ndarjes së videove si YouTube, Vimeo dhe Youku.
- Përdorni Google Translate kur trajtoni përmbajtje në një gjuhë të huaj.
- Përdorni filtrin e datës për të gjetur videot më të hershme që përputhen me fjalët kyçe.
- Përdorni Google Image Search ose TinEye për të kryer një kërkim të kundërt të miniaturave të videos.

Burimi

Pas identifikimit të përmbajtjes origjinale, mblidhni informacione rreth autorit/krijuesit të përmbajtjes. Qëllimi është të konfirmohet nëse personi që qëndron pas llogarisë është një burim i besueshëm. Shqyrtoni gjurmën digjitale të një ngarkuesi duke bërë këto pyetje:

- A mund ta konfirmoni identitetin e personit dhe ta kontaktoni atë?
- A jeni të njohur me këtë llogari? A kanë qenë përmbajtja dhe raportimet e tyre të besueshme në të kaluarën?
- Kontrolloni historikun e ngarkuesit në rrjetin social:
    - Sa aktivë janë ata në llogari? Për çfarë flasin/çfarë ndajnë?
    - Çfarë informacioni biografik është i dukshëm në llogari? A lidhet me ndonjë link tjetër?
    - Çfarë lloj përmbajtjeje kanë ngarkuar më parë?
    - Ku është i vendosur ngarkuesi, duke gjykuar nga historiku i llogarisë?
- Kontrolloni me kë janë të lidhur në rrjetet sociale:
    - Cilët janë miqtë dhe ndjekësit e tyre?
    - Kë ndjekin ata?
    - Me kë bashkëveprojnë?
    - A janë në listat e dikujt tjetër?
- Mundohuni të gjeni llogari të tjera të shoqëruara me të njëjtin emër/emër përdoruesi në rrjete të tjera sociale për të gjetur më shumë informacion:
    - Nëse gjeni një emër të vërtetë, përdorni mjetet e kërkimit të personave (Spokeo, White Pages, Pipl.com, WebMii) për të gjetur adresën, email-in dhe numrin e telefonit të personit.
    - Kontrolloni rrjetet e tjera sociale, të tilla si LinkedIn, për të mësuar rreth prapavijës profesionale të personit.
- Kontrolloni nëse një llogari e verifikuar në Twitter ose Facebook është vërtet e verifikuar duke vendosur miun mbi shenjën blu. Nëse llogaria është verifikuar nga Twitter ose Facebook, do të shfaqet një pop-up me tekst “Llogari e Verifikuar” (“Verified Account”) ose “Faqe e Verifikuar”(“Verified Page”).

Kur merreni me imazhe dhe video, përvetësoni perspektivën e personit që ka regjistruar. (Këto pyetje funksionojnë edhe kur përpiqeni të verifikoni informacion tekstual.) Bëjini vetes këto pyetje lidhur me burimin për të kontrolluar besueshmërinë e tyre:

- Kush janë ata?
- Ku janë ata?
- Kur kanë arritur atje?
- Çfarë kanë mundur të shohin (dhe çfarë tregon fotografia/videoja e tyre)?
- Ku qëndrojnë ata?
- Pse janë atje?

Lidhni aktivitetin e tyre me çdo llogari tjetër onlajn që e mbajnë ata duke bërë këto pyetje:

- Kërkoni në Twitter ose Facebook për kodin unik të videos — a ka llogari të lidhura?
- A ka llogari të tjera — Google Plus, ndonjë bllog ose ueb-faqe - të listuara në profilin e videos ose të lidhura ndryshe me këtë ngarkues?
- Çfarë informacioni japin llogaritë e lidhura që japin indicie për vendndodhjen, aktivitetin, besueshmërinë, paragjykimin ose agjendën?
- Sa kohë kanë qenë aktive këto llogari? Sa aktive janë ato? (Sa më gjatë dhe më aktive, aq më e madhe është mundësia të jenë të besueshme).
- Me kë janë të lidhura llogaritë e mediave sociale dhe çfarë na tregon kjo për ngarkuesin?
- A mund të gjejmë informacion “whois” për një ueb-faqe të lidhur?
- A është personi i listuar në librat telefonik lokalë, në Spokeo, Pipl.com ose WebMii apo në LinkedIn?
- A tregojnë rrethet e tyre shoqërore onlajn se ndodhen afër kësaj storie/vendndodhjeje?

Përmbajtja

DATA

Verifikoni datën dhe orën e përafërt, veçanërisht kur keni të bëni me foto/video:

- Kontrolloni informacionin e motit për ditën dhe vendin ku ka ndodhur ngjarja. A është gjendja e motit e njëjtë në parashikimet (lokale) të motit dhe ngarkimet tjera nga e njëjta ngjarje? Përdorni Wolfram Alpha për të bërë kërkim (p.sh., “Si ishte moti në Londër, Angli, më 20 janar 2014?”).
- Kërkoni burime lajmesh për raportime rreth ngjarjeve të asaj dite.
- Duke përdorur kërkimin e videove dhe imazheve (YouTube, Google, TinEye, etj.), shikoni nëse ndonjë përmbajtje më e hershme nga e njëjta ngjarje i paraprin shembullit tuaj. (Kini kujdes që vulat e datës në YouTube përdorin Kohën Standarde të Paqësorit që nga momenti kur fillon ngarkimi.)
- Për imazhe dhe video, kërkoni (dhe dëgjoni) elemente identifikuese që tregojnë datën/orën, siç janë orët, ekranet e televizorëve, faqet e gazetave, etj.

Vendndodhja

Aspekt tjetër i rëndësishëm i verifikimit është identifikimi i vendndodhjes së përmbajtjes:

- A përfshin përmbajtja informacion të automatizuar të gjeolokacionit? (Shërbime si Flickr, Picasa dhe Twitter ofrojnë opsionin e përfshirjes së vendndodhjes, megjithëse kjo nuk është e pagabueshme.)
- Gjeni pika referimi për t'i krahasuar me imazhet satelitore dhe fotografitë me gjeo-lokacion, për shembull:
    - **Shenja/mbishkrime** në ndërtesa, tabela rrugore, targa makinash, billborde, etj. Përdorni Google Translate ose free.orc.com për përkthim onlajn.
    - **Peizazh dallues i rrugëve/ambientit**, siç janë vargmalet, vargu i drurëve, shkëmbinjtë, lumenjtë, etj.
    - **Pika të njohura referimi dhe ndërtesa**, siç janë kishat, minaret, stadiumet, urat, etj.
      - Përdorni funksionin "Photos" të Google Street View ose Google Maps për të kontrolluar nëse fotografitë e gjeo-lokuara përputhen me vendndodhjen e imazhit/videos.
      - Përdorni Google Earth për të shqyrtuar imazhe/video më të vjetra, pasi ofron një historik të imazheve satelitore. Përdorni pamjen e terrenit (terrain view) të Google Earth.
      - Përdorni Wikimapia-n, versionin e Google Maps të bazuar në crowdsourcing, për të identifikuar pikat e njohura referuese.
    - **Kushtet e motit** si drita e diellit ose hijet - për të gjetur kohën e përafërt të ditës. Përdorni Wolfram Alpha për të kërkuar raportet e motit në një kohë dhe vend specifik.
    - **Targat e automjeteve**
    - **Veshjet**

Për videot:

- Shqyrtoni gjuhën/gjuhët e folura në video. Kontrolloni nëse theksat dhe dialektet përputhen me vendndodhjen gjeografike. Kini kujdes që Google Translate nuk jep përkthim të saktë për disa gjuhë. Kërkoni mbështetje nga ata që e flasin gjuhën.
- A janë përshkrimet e videove të konsistente dhe kryesisht nga një vendndodhje specifike?
- A janë videot me datë?
- Nëse videot në llogari përdorin një logo, a është kjo logo e konsistente në të gjitha videot? A përputhet me avatarin në llogarinë YouTube ose Vimeo?
- A "gërryen"/kopjon ngarkuesi video nga organizatat e lajmeve dhe llogaritë e tjera të YouTube, apo ngarkon vetëm përmbajtje të gjeneruar nga përdoruesi?
- A shkruan ngarkuesi në zhargon ose dialekt që është i identifikueshëm në narracionin e videos?
- A janë videot në këtë llogari të një cilësie konsistente? (Në YouTube shkoni te Cilësimet-Settings dhe pastaj te Cilësia-Quality për të përcaktuar cilësinë më të mirë të disponueshme.)
- A kanë përshkrimet e videove ekstensione si .AVI ose .MP4 në titullin e videos? Kjo mund të sugjerojë se videoja është ngarkuar direkt nga një pajisje.
- A thotë përshkrimi i një videoje në YouTube: "Ngarkuar nëpërmjet YouTube Capture"("Uploaded via YouTube Capture")? Kjo mund të sugjerojë se videoja është filmuar me një telefon të mençur.

2. TRIANGULONI/KRAHASONI DHE SFIDONI BURIMIN

Pasi të keni kaluar hapat e mësipërm, pyeteni veten:

- A kanë kuptim imazhet/videot/përmbajtja, duke pasur parasysh kontekstin në të cilin janë xhiruar/filmuar?
- A duket ndonjë gjë sikur nuk e ka vendin aty?
- A nuk përputhen mjaftueshëm detajet e burimit ose përgjigjet e pyetjeve të mia?
- A kanë shpërndarë mediat ose organizatat imazhe/video të ngjashme?
- A ka ndonjë gjë në Snopes lidhur me këtë?
- A duket ndonjë gjë e çuditshme, ose shumë e mirë për të qenë e vërtetë?

Kur kontaktoni me burimin, bëni pyetje të drejtpërdrejta dhe kryqëzoni përgjigjet me informacionin që merrni përmes hulumtimit tuaj. Sigurohuni se përgjigjet e tyre përputhen me gjetjet tuaja.

Për imazhe:

- Kur bëni pyetje, reflektoni mbi atë që dini nga të dhënat EXIF dhe/ose informacioni i gjeolokacionit nga mjete si Google Street View dhe Google Maps.
- Kërkojuni atyre të dërgojnë imazhe të tjera shtesë që janë bërë para dhe pas imazhit në fjalë.
- Nëse imazhi është nga një vendndodhje e rrezikshme, kontrolloni gjithmonë nëse personi është i sigurt (jashtë rrezikut) për t'ju folur.

Për video:

- Nëse keni dyshime mbi konstruktimin e videos me montazh, përdorni programe redaktimi si VLC media player (pa pagesë), Avidemux (pa pagesë) ose Vegas Pro (me licencë) për ta ndarë videon në kuadro (frejma) përbërëse.

3. MERRNI LEJE NGA AUTORI/ORIGJINATORI PËR TË PËRDORUR PËRMBAJTJEN

Ligjet e të drejtave të autorit ndryshojnë nga një vend në tjetrin, e termat dhe kushtet e përdorimit ndryshojnë nga një shërbim në tjetrin. Marrja e lejes për të përdorur imazhe, video dhe përmbajtje të tjera është thelbësore.

Kur kërkoni leje për përdorim:

1. Jini të qartë se cilin imazh/video dëshironi të përdorni.
2. Shpjegoni se si do të përdoret.
3. Sqaroni se si personi dëshiron të përmendet/atribuohet. A dëshiron të atribuohet me një emër të vërtetë, një emër përdoruesi apo në mënyrë anonime?
4. Merrni në konsideratë çdo pasojë të përdorimit të përmbajtjes dhe/ose emrit të personit. A është e nevojshme të turbullohen fytyrat për arsye privatësie dhe sigurie? A do të vihet në rrezik krijuesi/ngarkuesi nëse e atribuoni me emër të vërtetë?

PËRGATITJA PËR SUKSES TË VERIFIKIMIT NË SITUATA FATKEQËSISH DHE LAJMESH TË JASHTËZAKONSHME/ TË FUNDIT

Ja disa këshilla për të krijuar një proces më të mirë verifikimi:

1) Ndërtoni dhe mirëmbani një rrjet burimesh të besueshme

- Ndërtoni një listë burimesh të besueshme që përfshijnë si ato zyrtare ashtu edhe ato jozyrtare, siç janë shërbimet për ndihmë emergjente, ekspertët akademikë, OJQ-të, zyrat qeveritare, etj. Mblidhni jo vetëm llogaritë e mediave sociale, por edhe numrat e telefonit dhe email-et në një bazë të dhënash/ tabelë (spreadsheet) të përbashkët.
- Krijoni Twitter-lista që janë të organizuara në grupe logjike bazuar në tema ose vendndodhje gjeografike. Gjeni burimet e besueshme përmes kërkimeve të avancuara në Twitter dhe duke ndjekur hashtagje specifike. Mund të përdorni gjithashtu Listat e Interesit në Facebook (Facebook Interest Lists) dhe qarqet në Google Plus (Google Plus circles), të abonoheni/ndjekni kanalet në YouTube dhe të ndërtoni play-lista.
- Mos i trajtoni kurrë ata që i takoni në rrjetet sociale vetëm si burime. Trajtojini si qenie njerëzore dhe angazhohuni me ta. Ata janë kolegët tuaj.
- Në turmë/publik, ka burime të besueshme që kanë zhvilluar ekspertizë, profesionale ose joprofesionale, në një fushë specifike tematike. Ekzistojnë gjithashtu burime në një vendndodhje fizike specifike.
- Ndërtoni besim duke u angazhuar në rrjetet sociale dhe duke takuar njerëz personalisht. Kërkojuni atyre të rekomandojnë dhe/ose t'ju ndihmojnë të verifikoni burimet. Duke bashkëvepruar me ta, do të mësoni pikat e tyre të forta, të dobëta, paragjykimet dhe faktorë të tjerë.

2) Identifikoni rolin që ju/organizata juaj do të luani në këtë moment dhe çdo skenar të mundshëm fatkeqësie

- Identifikoni rolin tuaj në komunikimet në raste fatkeqësish.
- Përcaktoni se si duhet të komunikoni në mënyrë efektive kur ndodh një emergjencë.
- Mendoni se me kë doni të komunikoni, cilat janë informacionet e dobishme për këtë grup të synuar, çfarë lloj gjuhe duhet të përdorni për t'i këshilluar ata.
- Strukturoni komunikimin tuaj të brendshëm me po aq hollësi sikur e strukturoni atë të jashtëm.

3) Trajnoni, informoni/debrifoni dhe mbështesni stafin dhe kolegët

- Përcaktoni set të mjeteve, procedura të punës, të aprovimeve dhe të komunikimit për t'u përdorur në situata fatkeqësish.
- Ofroni trajnime për situata/skenarë, veçanërisht për ata që jetojnë në zonën ku pritet të ndodhin lloje të caktuara katastrofash.
- Jepini stafit mundësi për të marrë pjesë në programe të trajnimit për fatkeqësi të ofruara nga shërbimet e emergjencës.
- Përgatitni skripte/mesazhe që do të përdoren në situata specifike fatkeqësish.
- Planifikoni takime të rregullta me burimet kyçe për t'u siguruar që informacioni për kontakt me ta është i përditësuar.
- Informoni/debrifoni stafin pas raportimit dhe adaptoni planet dhe trajnimet tuaja të emergjencës për t'u përshtatur me mësimet e reja.
- Mos nënvlerësoni "traumën" dhe "stresin" që vijnë nga raportimi i krizave. Ofroni mbështetje aty ku është e nevojshme.

Korniza 9.1: Vlerësimi dhe minimizimi i rreziqeve gjatë përdorimit të UGC

Medlin Ber



Si kuratore e kanalit të të drejtave të njeriut në WITNESS, **Medlin Ber (Madeleine Bair)** drejton një ekip që mbledh burime, verifikon dhe kontekstualizon videot e qytetarëve për shkeljet e të drejtave të njeriut në mbarë botën. Para kësaj, ajo ka udhëtuar nëpër botë për gati një dekadë si reportere e shtypit, radios dhe multimedias. Storiet e saj janë botuar në The Washington Post, San Francisco Chronicle dhe Orion, dhe janë transmetuar në "The World" dhe "POV" të servisit radiodifuziv publik PRI.

Fotot dhe videot që vijnë nga zona të botës të mbushura me represione dhe dhunë politike, ose që dokumentojnë popullata të cenueshme, sjellin me vete me rreziqe përtej mundësisë që përmbajtja të jetë e shpikur ose e manipuluar. Në këto situata, individët pas dhe para kamerës mund të përballen me rrezikun e arrestimit, maltretimit, torturës ose vdekjes. Ky rrezik mund të rritet nëse media ndërkombëtare i merr pamjet e filmuara.

E pamë këtë gjatë Revolucionit të Gjelbër të Iranit të vitit 2009, kur Garda Revolucionare Islamike përdori foto dhe video që gjeti onlajn për të shënjestruar protestuesit dhe për të mbledhur nga publiku identifikimin e tyre, veprime që shkaktuan rrëqethje në komunitetin e aktivistëve.

Ekspozimi i identitetit i vë individët në rrezik ndëshkimi nga autoritetet represive dhe mund të çojë edhe në stigmë sociale, me pasojat e veta potencialisht të rënda. Ashtu siç organizatat e lajmeve u përmbahen standardeve për mbrojtjen e privatësisë së viktimave të përdhunimit, gazetarët duhet të marrin në konsideratë të njëjtat standarde kur përdorin video që ekspozojnë njerëz të cenueshëm, veçanërisht nëse duket se është bërë pa pëlqimin e tyre të informuar.

Për shembull, në vitin 2013, mediat onlajn dhe organizatat e avokimit në SHBA raportuan për një skemë alarmuese abuzimi që synonte të rinjtë LGBT në Rusi. Shumë nga artikujt e tyre përfshinin fotografi dhe video të xhiruara nga autorë që abuzonin me viktimat e tyre - ekspozim që mund të përshkallëzonte dëmin dhe stigmën ndaj këtyre viktimave.

Gazetarët dhe të tjerët nuk duhet të censurojnë videot e bëra nga aktivistët që me vetëdije marrin rreziqe për të folur hapur ose për të dokumentuar komunitetin e tyre. Por gazetarët duhet të ndërmarrin hapa bazike për të identifikuar dhe minimizuar dëmin ndaj atyre që mund të mos jenë në dijeni për këto rreziqe, ose që nuk kanë aftësinë për të dhënë pëlqimin e informuar për regjistrimin. Në rastin e videos ruse të abuzimit, është e qartë se viktimat nuk kishin dhënë pëlqimin për të qenë pjesë e një regjistrimi të tillë.

VLERËSONI POTENCIALIN PËR DËMTIM NË TË ARDHMEN

Së pari, duhet të vlerësoni nëse një imazh ose video mund t'u shkaktojë dëm personave të përfshirë. A ndodhen ata në një pjesë të rrezikshme të botës? A rrezikojnë hakmarrje për ndarjen e këtij informacioni, apo për shfaqjen e tij? A mund të supozohet me siguri se personat e paraqitur në imazh/video kanë dhënë pëlqimin që të jenë të filmuar?

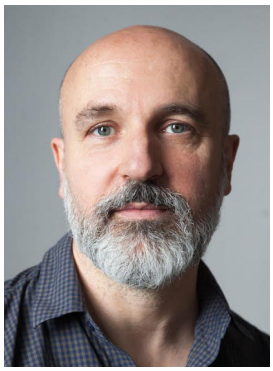
Nëse ekziston një rrezik real dëmi, keni dy mundësi:

1. Mos e përdorni imazhin/filmimin. Vetëm pse ekziston, nuk do të thotë se duhet të ndahet/transmetohet/publikohet. Ne mund të raportojmë për të në mënyra të tjera dhe ta përdorim atë për të informuar punën tonë.
2. Mjegulloni identitetet. Redaksitë televizive shpesh mjegullojnë fytyrat e individëve të cenueshëm kur transmetojnë imazhin e tyre. Fotografitë mund të modifikohen lehtësisht për të mjegulluar fytyrat. Për videot onlajn, mund ta ringarkoni videon në YouTube dhe të përdorni funksionin të mjegullimit të fytyrave. Siç shpjegohet këtu, mjeti është krijuar për të mbrojtur identitetin e subjekteve të cenueshme në video dhe mund të gjendet si një "Karakteristikë Shtesë" ("Additional Feature") kur klikoni në mjetin "Video Përmirësime" (Video Enhancements) për të redaktuar një video.

Një kredo e përfshirë në kodet standarde të etikës për gazetarët, personat që u përgjigjen krizave dhe punonjësit e të drejtave të njeriut është - të minimizohet dëmi. Përkushtimi i kohës për të vlerësuar dhe minimizuar dëmin ndaj individëve kur përdoret media qytetare është një mënyrë për ta vënë këtë kredo në praktikë në raportimin e shekullit 21.

Korniza 9.2: Këshilla për përballimin e imazheve traumatike

Gevin Ris



Gevin Ris (Gavin Rees), gazetar dhe kineast, është drejtor i Dart Centre Europe. Qendra Dart është projekt i Shkollës Pasuniversitare të Gazetarisë në Universitetin Columbia në Nju Jork dhe i është kushtuar promovimit të qasjeve etike dhe inovative ndaj raportimit të traumës dhe dhunës. Para kësaj, Gevini ka prodhuar lajme biznesi dhe politike për kanale lajmesh amerikane, britanike dhe japoneze, dhe ka punuar në filma artistikë dhe dokumentarë për BBC, Channel 4 dhe kompani të pavarura filmash. Gevini është gjithashtu një bashkëpunëtor kërkimor vizitues në Universitetin Bournemouth dhe është anëtar i bordit të Shoqërisë Evropiane të Studimeve të Stresit Traumatik (European Society of Traumatic Stress Studies) dhe Shoqërisë për Traumë Psikologjike të Mbretërisë së Bashkuar (UK Psychological Trauma Society).

Imazhet nga zonat e luftës, skenat e krimit dhe katastrofat natyrore janë shpesh të tmerrshme dhe shqetësuese. Kur imazhet janë traumatike, ngjarjet që ndodhin larg nesh mund të ndihen sikur po i "depërtojnë në kokë" dikujt. Reagimet negative, të tilla si neveria, ankthi dhe pafuqia, nuk janë të pazakonta për gazetarët dhe analistët mjeko-ligjorë që punojnë me materiale të tilla.

E dimë nga hulumtimet se punonjësit e medias janë një grup shumë rezistent: Ekspozimi ndaj sasive të kufizuara të imazheve traumatike nuk ka gjasa të shkaktojë më shumë sesa shqetësim kalimtar në shumicën e rasteve. Megjithatë, rreziqet e asaj që psikologët e quajnë traumatizim sekondar ose të tërthortë bëhen të rëndësishme në situatat kur ekspozimi përsëritet, i ashtuquajturi si efekti i pikimit të ngadaltë. E njëjta gjë vlen edhe kur ekziston një lidhje personale me ngjarjet - nëse, për shembull, përfshin lëndimin e dikujt që njihni.

Ja gjashtë gjëra praktike që mund të bëjnë mediat dhe punonjësit humanitarë për të zvogëluar ngarkesën e traumës:

1. **Kuptoni se me çfarë po ballafaqoheni**. Linja e parë e çdo mbrojtjeje është të njihni armikun: Mendoni për imazhet traumatike si të ngjashme me rrezatimin, një substancë toksike që ka një efekt të varur nga doza. Gazetarët dhe punonjësit humanitarë, si punonjësit bërthamorë, duhet të bëjnë punën e tyre; në të njëjtën kohë, ata duhet të ndërmarrin hapa të arsyeshëm për të minimizuar ekspozimin e panevojshëm.

2. **Eliminoni ekspozimin e përsëritur të panevojshëm**. Rishikoni procedurat tuaja të klasifikimit dhe shënjimit, dhe mënyrën se si i organizoni fajlet dhe dosjet (folderet) digjitale, ndër procedura të tjera, për të zvogëluar shikimin e panevojshëm. Kur verifikoni pamjet duke kryqëzuar imazhe nga burime të ndryshme, marrja e shënimeve me shkrim të karakteristikave dalluese mund të ndihmojë në minimizimin e shpeshtësisë së nevojës për të rikontrolluar me një imazh origjinal.

3. **Përpiquni të përshtatni mjedisin e shikimit**. Zvogëlimi i madhësisë së dritares dhe rregullimi i shkëlqimit dhe rezolucionit të ekranit mund të zvogëlojë ndikimin e perceptuar. Dhe provoni ta fikni zërin kurdo që mundeni - shpesh është pjesa më ndikuese.

4. **Eksperimentoni me mënyra të ndryshme për të ndërtuar distancë në mënyrën se si i shikoni imazhet**. Disa njerëz e gjejnë të dobishme përqendrimin në detaje të caktuara, për shembull rrobat, dhe shmangien e të tjerave, siç janë fytyrat. Konsideroni aplikimin e një maske të përkohshme në zonat shqetësuese të imazhit. Redaktuesit e filmit duhet të shmangin përdorimin e funksionit të luajtjes në loop (të përsëritjes) kur shkurtojnë imazhet e pikës së vdekjes, ose ta përdorin atë me shumë kursim.

5. **Bëni pushime të shpeshta prej ekranit.** Shikoni diçka të këndshme, ecni përreth, shtrihuni ose kërkoni kontakt me natyrën (siç janë gjelbërimi dhe ajri i pastër, etj.). Të gjitha këto mund të ndihmojnë në zbutjen e përgjigjeve të trupit ndaj stresit. Në veçanti, shmangni punën me imazhe stresuese para se të flini. Ka më shumë gjasa të mbushë hapësirën tuaj mentale.

6. **Zhvilloni një plan të qëllimshëm për kujdes ndaj vetes**. Mund të jetë joshëse të punoni dy herë, tre herë, katër herë më intensivisht në një storie ose projekt urgjent. Por është e rëndësishme të ruani një hapësirë të lirë për veten tuaj jashtë punës. Njerëzit që janë shumë rezistentë ndaj traumave kanë janë ata që ushtrojnë rregullisht, ruajnë interesat e jashtme për aktivitetet që duan dhe investojnë kohë në lidhjet e tyre shoqërore, kur sfidohen nga stresi i lidhur me traumën.

Disa këshilla shtesë për redaktorët dhe menaxherët e tjerë:

1. Çdo anëtar i një ekipi duhet të informohet mbi reagimet normale ndaj traumës. Anëtarët e ekipit duhet të kuptojnë se njerëz të ndryshëm përballen me të ndryshe, si mund të grumbullohet ndikimi me kalimin e kohës dhe si të dallojnë kur ata ose kolegët e tyre duhet të praktikojnë kujdes më aktiv për veten.

2. Vendosni udhëzime të qarta se si ruhet dhe shpërndahet materiali grafik. Informacionet, fajlet (dosjet) dhe komunikimet e brendshme që lidhen me imazhet traumatike duhet të shënjohen qartë dhe të shpërndahen vetëm tek ata që kanë nevojë për materialin. Askush nuk duhet të detyrohet të shikojë video imazhe që nuk do të transmetohen kurrë.

3. Mjedisi ka rëndësi. Nëse është e mundur, vendet e punës që merren me imazhe të dhunshme duhet të kenë dritare me pamje nga jashtë; prania e bimëve dhe elementëve të tjerë natyrorë mund të ndihmojë gjithashtu.

KAPITULLI 10:
MJETET E VERIFIKIMIT

Verifikimi i identitetit:
Përdorni këto mjete verifikimi onlajn për të gjetur detajet e kontaktit dhe profilet e përdoruesve që janë aktivë në mediat sociale

- AnyWho: një kartotekë digjitale faqesh të bardha pa pagesë me funksion kërkimi të kundërt.
- AllAreaCodes: u lejon përdoruesve të kërkojnë çdo emër dhe adresë të listuar kundrejt një numri telefoni. Shërbimi është falas nëse numri është i listuar në White Pages, dhe ofron detaje rreth numrave të palistuar për një çmim të vogël.
- Facebook Graph Search: ofron një metodë të fokusuar për të gjetur individë për verifikimin e informacionit. Gazetarët nuk kanë nevojë të dinë emrin e personit që po kërkojnë; në vend të kësaj, ata mund të kërkojnë bazuar në kritere të tjera të njohura, siç janë vendndodhja, profesioni dhe mosha.
- GeoSocial Footprint: një ueb-faqe ku mund të kërkohet "gjurma" e vendndodhjes së përdoruesve e krijuar nga tuitet me GPS të aktivizuar, "check in"-et në rrjetet sociale, kërkimi i lokacionit të gjuhës (gjeokodimi) dhe "korrja" e profileve (profile harvesting).
- Hoverme: ky plugin për Google Chrome zbulon profilet e përdoruesve të mediave sociale në rrjete të tjera nga "news feed"-i tyre në Facebook.
- Identify: ky plugin i Firefox krijon një profil të identiteteve të mediave sociale të individëve nga çdo faqe.
- Linkedin: nëpërmjet historikut të punës dhe lidhjeve, Linkedin mund të ofrojë mjete shtesë për të gjetur një individ dhe për të verifikuar identitetin ose storien e personit.
- Muck Rack: liston mijëra gazetarë në Twitter, Facebook, Tumblr, Quora, Google+, LinkedIn të cilët janë verifikuar nga një ekip redaktorësh të Muck Rack.
- Numberway: një kartotekë digjitale e librave telefonikë ndërkombëtarë.
- Person Finder: një nga bazat e të dhënave më të njohura me burim të hapur për individët për postim dhe për të kërkuar informacion mbi statusin e të afërmve të prekur nga një fatkeqësi. Sa herë që ndodh një fatkeqësi e madhe, Ekipi i Krizave i Google krijon një kërkues personash.
- Pipl.com: kërkon gjurmën e një individi në internet dhe mund të ndihmojë në identifikimin përmes llogarive të shumta në mediat sociale, të dhënave publike dhe detajeve të kontaktit.
- Rapportive: ky plugin i Gmail u jep përdoruesve një profil të kontakteve të tyre, duke përfshirë llogaritë e mediave sociale, lokacionin, punësimin.

- Spokeo: një motor kërkimi për njerëz që mund të gjejë individë sipas emrit, email-it, telefonit ose emrit të përdoruesit. Rezultatet bashkohen në një profil që tregon gjininë dhe moshën, të dhënat e kontaktit, profesionin, arsimin, gjendjen martesore, prejardhjen familjare, profilin ekonomik dhe fotot.
- WebMii: kërkon ueb-linqe që përputhen me emrin e një individi ose mund të identifikojë individë të paspecifikuar me anë të fjalës kyçe. Jep një notë për dukshmërinë në ueb që mund të përdoret për të identifikuar profile të rreme.
- WHOIS: gjen përdoruesit e regjistruar të një domeni dhe jep detaje për datën e regjistrimit, vendndodhjen dhe të dhënat e kontaktit të regjistruesit ose personit të autorizuar.

Verifikimi i lokacioneve:
A ka ndodhur vërtet diçka aty ku njerëzit thonë se ka ndodhur?

- Flikr: kërkon foto të gjeo-lokuara.
- free-ocr.com: nxjerr tekst nga imazhet që më pas mund të futet në Google Translate ose të kërkohet në burime të tjera hartografike.
- Google Maps: një hartë onlajn që ofron imazhe ajrore ose satelitore me rezolucion të lartë që mbulojnë pjesën më të madhe të Tokës, përveç zonave përreth poleve. Përfshin një numër opsionesh shikimi, të tilla si terreni, informacioni i motit dhe një pamje 360 gradë në nivel të rrugës.
- Google Translate: mund të përdoret për të zbuluar të dhëna vendndodhjeje (p.sh. tabela) të shkruara në gjuhë të tjera.
- Météo-France: Agjencia meteorologjike e Francës vë në dispozicion falas imazhe radarësh dhe satelitësh, harta dhe të dhëna për modelimin e klimës të fokusuara në Evropë.
- NASA Earth Observatory: Observatori i Tokës i NASA është krijuar për të ndarë imazhe satelitore dhe informacione me publikun. Ai vepron si një depo e imazheve të të dhënave globale, me harta, imazhe dhe sete të dhënash të disponueshme falas.
- Panoramio: ueb-faqe për ndarjen e fotove që përmban miliona imazhe të gjeo-lokuara të ngarkuara në një shtresë të Google Maps.
- Picasa: kërkon foto të gjeo-lokuara.
- United States ZIP Codes: një hartë onlajn e Shteteve të Bashkuara e kategorizuar sipas kodit postar (ZIP code). Përdoruesit mund të kërkojnë një kod postar specifik ose mund të eksplorojnë hartën për informacion rreth kodeve të ndryshme postare.
- Wikimapia: version i hartave të Google i bazuar në crowsourcing burime që përmban pika interesi dhe përshkrime.

- Wolfram Alpha: një motor përgjigjesh kompjuterike që u përgjigjet pyetjeve duke përdorur të dhëna të strukturuara dhe të kuruara nga baza e tij e njohurive. Ndryshe nga motorët e kërkimit, të cilët ofrojnë një listë të faqeve përkatëse, Wolfram Alpha ofron përgjigje të drejtpërdrejta, faktike dhe vizualizime relevante.

Verifikimi i imazheve:

A është një imazh i caktuar përshkrim i vërtetë i asaj që po ndodh?

- Findexif.com: mjet tjetër që mund të përdoret për të zbuluar informacionin EXIF.
- Foto Forensics: Kjo ueb-faqe përdor analizën e nivelit të gabimit (error level analysis - ELA) për të sugjeruar pjesë të një imazhi që mund të jenë ndryshuar. ELA kërkon ndryshime në nivelet e cilësisë në imazh, duke theksuar se ku mund të jenë bërë ndryshime.
- Google Search by Image: Duke ngarkuar ose futur URL-në e një imazhi, përdoruesit mund të gjejnë përmbajtje si imazhe të lidhura ose të ngjashme, ueb-faqe dhe faqe të tjera që kanë përdorur imazhin specifik.
- Jeffrey's Exif Viewer: Një mjet online që zbulon informacionin EXIF (Exchangeable Image File) të një fotoje digjitale, i cili përfshin datën dhe orën, cilësimet e kamerës dhe, në disa raste, vendndodhjen GPS.
- JPEGSnoop: një aplikacion falas vetëm për Windows që mund të zbulojë nëse një imazh është modifikuar. Pavarësisht emrit të tij, ai mund të hapë ekstensionet AVI, DNG, PDF, THM dhe JPEG të integruar (embeduar). Ai gjithashtu merr meta të dhëna duke përfshirë: datën, llojin e kamerës, cilësimet e thjerrëzës, etj.
- TinEye: Një motor për kërkim të kundërt/anasjelltë imazhesh që lidh imazhet me krijuesit e tyre duke u lejuar përdoruesve të zbulojnë se nga e ka origjinën një imazh, si përdoret, nëse ekzistojnë versione të modifikuara dhe nëse ka kopje me rezolucion më të lartë.

MJETE TË TJERA TË DOBISHME

- AIDR platform: përdor monitorimin njerëzor dhe kompjuterik për të përjashtuar thashethemet në Twitter.
- Ban.jo: përmbledh të gjitha mediat sociale në një platformë të vetme duke lejuar që imazhet dhe ngjarjet të krahasohen me njëra-tjetrën.
- Geofeedia: i lejon një përdoruesi të kërkojë dhe monitorojë përmbajtjet e mediave sociale sipas vendndodhjes. Duke zgjedhur një lokacion, përmbajtjet e përdoruesve nga Twitter, Flickr, Youtube, Instagram dhe Picasa në këtë zonë mblidhen në kohë reale. Geofeedia mund të ndihmojë në procesin e verifikimit, duke kryqëzuar postimet brenda një zone të caktuar për të parë nëse detajet përputhen.
- HuriSearch: ju mundëson të kërkoni përmbajtje nga mbi 5,000 ueb-faqe mbi të drejtat e njeriut dhe t'i filtroni ato lehtësisht për të gjetur burime të verifikueshme.
- InformaCam: Aplikacioni adreson sfidën e verifikimit duke shfrytëzuar metadatat për të zbuluar kohën, datën dhe vendndodhjen e fotove ose videove. Përdoruesit mund t'ua dërgojnë fajlet e tyre mediatikë dhe metadatat e tyre palëve të treta duke përdorur nënshkrime digjitale, enkriptim (PGP) dhe serverë të sigurt TOR.
- PeopleBrowsr: një platformë dhe mjet në të cilin publiku/turma mund të monitorojë dhe sintetizojë mediat sociale dhe lajmet të renditura në sekuenca sipas vendndodhjes dhe kohës, të cilat më pas mund të filtrohen. Platforma gjithashtu përmban një vlerësim me pikë mbi besueshmërinë për të matur ndikimin dhe shtrirjen e përdoruesve në rrjetet sociale.
- SearchSystems.net: një kartotekë digjitale ndërkombëtare e të dhënave publike pa pagesë.
- Snopes.com: ueb-faqe e dedikuar për përgënjeshtrimin e mashtrimeve në internet, e cila mund të përdoret për të verifikim të kryqëzuar të UGC.
- Verily platform: platformë që u lejon përdoruesve të bëjnë pyetje specifike dhe të ofrojnë prova UCG "pro" dhe "kundër".
- YouTube Face Blur: i zhvilluar për shkak të shqetësimit për anonimitetin e individëve që shfaqen në video në situata me rrezik të lartë, ky mjet u lejon përdoruesve të mjegullojnë fytyrat e njerëzve që shfaqen në videot që ata ngarkojnë. Për ta përdorur, kur ngarkoni një video në YouTube, shkoni te Përmirësimet (Enhancements), dhe më pas te Efektet Speciale (Special Effects). Atje mund të zgjidhni të mjegulloni të gjitha fytyrat në video.

SHTOJCË:
“VIZUALIZONI DREJTËSINË: UDHËZUES TERRENI PËR RRITJEN E VLERËS DËSHMUESE TË VIDEOVE PËR TË DREJTAT E NJERIUT”

Siç e pamë nga studimet e rasteve dhe storiet në këtë doracak të çmuar, përmbajtja e gjeneruar nga përdoruesit mund të jetë kyçe në tërheqjen e vëmendjes ndaj shkeljeve të të drejtave të njeriut, nëse është e verifikueshme. Por shumë filmues dhe aktivistë duan që videot e tyre të bëjnë më shumë. Ata kanë pritje se pamjet e filmuara që ekspozojnë abuzimin mund të ndihmojnë në sjelljen e drejtësisë. Fatkeqësisht, cilësia e videove qytetare dhe përmbajtjeve të tjera rrallë kalon kërkesat e larta që të mund të pranohen si provë në një gjykatë.

Me përmirësime të vogla, pamjet e filmuara që i bëjnë qytetarët dhe aktivistët shpeshherë duke rrezikuar jetën e tyre, mund të bëjnë më shumë sesa të ekspozojnë padrejtësinë - ato gjithashtu mund të shërbejnë si provë në proceset e drejtësisë penale dhe civile. Udhëzuesi i ardhshëm i terrenit që jepet falas, “Vizualizoni Drejtësinë: Udhëzues terreni për rritjen e vlerës dëshmuese të videove për të drejtat e njeriut , synon të shërbejë si një doracak referimi për dëshmitarët qytetarë dhe aktivistët e të drejtave të njeriut që kërkojnë të përdorin videon jo vetëm për të dokumentuar abuzimet, por edhe për qëllimin përfundimtar ambicioz të sjelljes së autorëve të tyre para drejtësisë.

PËRSE NJË UDHËZUES TERRENI?

Kur manipulimi i imazheve është i thjeshtë dhe është lehtë të jepet një kontekst i rremë, nuk mjafton më që thjesht të filmosh dhe ndash, dhe në këtë mënyrë të ekspozosh padrejtësinë. Aktivistët që prodhojnë pamje të filmuara për të cilat shpresojnë se do të përdoren jo vetëm nga gazetarët, por edhe nga hetuesit dhe gjykatat, duhet të marrin parasysh pyetjet themelore të ngritura në “Doracakun e verifikimit”: A mund të verifikohet kjo video? A është e qartë se ku dhe kur është filmuar videoja? A është manipuluar apo modifikuar? Ata duhet të marrin parasysh edhe pyetje të tjera më të rëndësishme për sistemin e drejtësisë: A është pamja e filmuar relevante për një krim të të drejtave të njeriut? A mund të dëshmohet prejardhja? A do ta tejkalonte dobia e saj për të siguruar drejtësinë potencialin që ka për të minuar drejtësinë?

KUJT I DEDIKOHET?

Publiku kryesor i udhëzuesit janë njerëzit që punojnë në terren dhe që bëjnë ose do të bëjnë potencialisht filmime të shkeljeve të të drejtave të njeriut. Këta mund të jenë gazetarë qytetarë, aktivistë, reporterë të komunitetit ose hetues të të drejtave të njeriut. Disa tashmë ndoshta po filmojnë shkelje të tilla në punën e tyre dhe mund të kenë dobi prej udhëzimeve për të rritur vlerën dëshmuese të videove që krijojnë. Të tjerë tashmë ndoshta janë duke hetuar shkeljet e të drejtave të njeriut me mjete tradicionale, por duan të përfshijnë video në raportimin e tyre për të drejtat e njeriut në një mënyrë që mund të përmirësojë mbledhjen e provave.

Udhëzuesi gjithëpërfshirës "Vizualizoni Drejtësinë", i prodhuar nga WITNESS së bashku me kolegët që merren me të drejtat të njeriut, do të mbulojë këto çështje:

- Roli i videos në procesin e drejtësisë penale
- Teknika për regjistrimin e videos me vlerë të shtuar dëshmuese
- Si të vlerësohet se cila përmbajtje ka prioritet gjatë regjistrimit
- Menaxhimi i medias për të ruajtur zinxhirin e mbikëqyrjes
- Studime rastesh që ilustrojnë se si është përdorur videoja në proceset gjyqësore

GAZETARIA DHE DREJTËSIA

Ndërsa ky "Doracak i verifikimit" ofron mënyra inovative për gazetarët dhe punonjësit e reagimit ndaj krizave për të analizuar videot e qytetarëve, "Udhëzuesi i terrenit për rritjen e vlerës dëshmuese të videove për të drejtat e njeriut" i WITNESS do të trajtojë të njëjtën çështje nga ana tjetër e medaljes, duke ofruar metoda që mund t'i përdorin filmuesit, në mënyrë që videot që i regjistrojnë ata të jenë mundësisht më të vlefshme në ekspozimin e abuzimit dhe sjelljen e drejtësisë. Së bashku, këto dy burime ndihmojnë për të siguruar se më shumë kamera në më shumë duar mund të rezultojnë në gazetari më të mirë dhe drejtësi më të madhe.

PËR MË SHUMË INFORMACION

Që të jeni në hap me përgatitjen e udhëzuesit, ruajeni si të preferuar në "bookmarks" uebfaqen e WITNESS www.witness.org

STUDIMI I RASTIT 3.1 DIAGRAMI

Raporti është pranuar dhe është shënjuar nga administratorët në përputhje me Dokumentin e Urgjencës së Informacionit.

RAPORT URGJENT

I. NËSE ËSHTË PRANUAR PËRMES MEDIAVE SOCIALE

Hapi 1:
- Kontrolloni në platformën IN UK nëse informacioni i dhënë mund të gjendet në ndonjë raport tashmë të verifikuar.
    - Nëse PO: Është kontrolluar nëse informacioni është plotësisht i njëjtë apo nëse ka ndonjë mospërputhje
    - Nëse JO: Kaloni te Hapi 2

Hapi 2:
- Kontrolloni nëse burimi është kontrolluar tashmë nga ndonjë anëtar tjetër i ekipit të Internews.
    - Nëse PO: Kaloni te Hapi 6
    - Nëse JO: Kaloni te Hapi 3

Hapi 3:
- Kontrolloni të dhënat biografike
A. Kur është hapur llogaria e përdoruesit?
A1. Rishtazi (para pak kohe)
A1.1 A duket se është krijuar posaçërisht për ngjarjen për të cilën raportohet?
    - PO: Personi ndoshta dëshiron t'ju japë informacion të rremë ose mund të jetë duke kërkuar mbrojtje të identitetit (KËRKOHET KUJDES SHTESË GJATË TRAJTIMIT)
    - JO: ndoshta është një person që thjesht sapo ka hapur një llogari në Twitter
A2. Qëmoti (shumë kohë më parë)
    - Kaloni te hapi B
B. Kërkoni emrin dhe mbiemrin në Google për të kontrolluar nëse:
B1. Bëhet fjalë për një person të vërtetë
    - PO
a) A është personi i lidhur me ndonjë grup ose parti politike?
b) Ku dhe çfarë punon, ku jeton dhe cilëve grupe demografike u përket?
    - JO
a) A ka ndonjë kuptim emri i rremë që e përdor?
b) A ka informacion në të dhënat biografike që mund të tregojë se kush është në të vërtetë ai person?
B2. Personi ka llogari/gjurmë të tjera në internet
C. Kontrolloni nëse ka ndonjë llogari/faqe bllogu të lidhur me atë person
D. Kontrolloni vendndodhjen e mundshme të personit

Hapi 4
- Kontrolloni miqtë dhe rrjetet
A. A janë ata anëtarë të ndonjë grupi të caktuar/kanë ndonjë përkatësi specifike?
B. Kush u beson atyre dhe kujt i beson personi?
C. A i përket personi ndonjë grupi/partie politike apo ka ndonjë përkatësi/afërsi tjetër?

Hapi 5
- Kontrolloni përmbajtjen
A. Për çfarë flet ai/ajo?
B. A ndjek tema të caktuara apo ato janë të rastësishme?
C. A ka pikëpamje dhe opinione të fuqishme?
D. A duket personi i besueshëm?
E. A ka ndonjë aktivitet të pazakontë?

Hapi 6
- Kontrolloni internetin për të vërtetuar nëse informacioni i dhënë mund të gjendet edhe në ndonjë burim tjetër onlajn.

- Nëse JO: shënojeni si i paverifikuar dhe kaloni te raporti tjetër
- Nëse PO: kontrolloni protokollet e verifikimit për të përcaktuar nëse raporti mund të kalojë në Nivelin 2

II. NËSE ËSHTË PRANUAR PËRMES TELEFONIT

II.1. Nëse është pranuar me SMS

Përgjigjuni me mesazh teksti duke pyetur nëse mund të kontaktoni në telefon

- Nëse PO: Kaloni në Hapin 1
- Nëse JO: <…>

II.2. Nëse është pranuar përmes bisedës telefonike
Hapi 1: Kontrolloni në platformën IN UK nëse informacioni i dhënë mund të gjendet në ndonjë raport tashmë të verifikuar

- Nëse PO: Është kontrolluar nëse informacioni është plotësisht i njëjtë apo nëse ka ndonjë mospërputhje
- Nëse JO: Kaloni te Hapi 2

Hapi 2: Kontrolloni nëse burimi është kontrolluar tashmë nga ndonjë anëtar tjetër i ekipit të Internews

- Nëse PO: Kaloni te Hapi 4
- Nëse JO: Kaloni te Hapi 3

Hapi 3: Nëse thirrja është nga një linjë fikse, kontrolloni prefiksin/kodin thirrës të numrit që telefonon
A. A përputhet kodi/prefiksi telefonik i zonës me vendndodhjen për të cilën po raporton personi?

- Nëse JO: përpiquni të zbuloni pse jo
- Nëse PO: Kaloni te Hapi 2

Hapi 4: Operatori bën pyetje duke ndjekur një pyetësor të caktuar paraprakisht
A. A duket personi nervoz apo i shqetësuar?
B. A u përgjigjet ai/ajo pyetjeve qartë apo u shmanget përgjigjeve?
C. A është personi shpesh në kundërthënie me vetveten?

Hapi 5: Kontrolloni në internet nëse informacioni i dhënë mund të gjendet edhe në burime tjera onlajn

II.3. Nëse është pranuar përmes postës elektronike

Hapi 1: Është dërguar përgjigje automatike te dërguesi

Hapi 2: Kontrolloni në platformën IN UK nëse informacioni i dhënë mund të gjendet në ndonjë raport tashmë të verifikuar

- Nëse PO: Është kontrolluar nëse informacioni është i njëjtë apo ka ndonjë mospërputhje
- Nëse JO: Kaloni te Hapi 3

Hapi 3: Kontrolloni nëse burimi është kontrolluar tashmë nga ndonjë anëtar tjetër i ekipit të Internews

- Nëse PO: Kaloni te Hapi 4
- Nëse JO: Kaloni te Hapi 5

Hapi 4: Janë kërkuar informacione shtesë për kontakt

Hapi 5: Janë kërkuar informacione shtesë, nëse është e nevojshme

Hapi 6: Është dërguar një e-mail përfundimtar me udhëzime se ku mund të shihet raporti i publikuar

Hapi 7: Kontrolloni në internet nëse informacioni i dhënë mund të gjendet edhe në burime tjera onlajn

II.4 Nëse është pranuar përmes një formulari të plotësuar

Hapi 1: Kontrolloni në platformën IN UK nëse informacioni i dhënë mund të gjendet në ndonjë raport tashmë të verifikuar

- Nëse PO: Është kontrolluar nëse informacioni është plotësisht i njëjtë apo ka ndonjë mospërputhje
- Nëse JO: Kaloni te Hapi 2

Hapi 2: Është kontrolluar nëse informacioni mund të gjendet në burime të tjera mediatike në internet

Hapi 3: Raporti shënjohet si i verifikuar nëse plotëson ndonjë nga kushtet e shënuara në kriteret e verifikimit

RAPORTI NUK ËSHTË URGJENT
Raporti do të verifikohet (duke përdorur metodologjinë e Raporteve Urgjente) vetëm pasi të jenë verifikuar të gjitha raportet urgjente.

DORACAK I VERIFIKIMIT



ЦЕНТАР за РАЗВОЈ на МЕДИУМИ

BE-ja me TY