ПРИРАЧНИК ЗА ВЕРИФИКАЦИЈА



УЛТИМАТИВЕН ВОДИЧ ЗА ВЕРИФИКАЦИЈА НА ДИГИТАЛНИ СОДРЖИНИ ВО ИЗВЕСТУВАЊЕТО ЗА КРИЗНИ СИТУАЦИИ

ЦЕНТАР за РАЗВОЈ на МЕДИУМИ

ЕУ со ТЕБЕ

ПРИРАЧНИК ЗА ВЕРИФИКАЦИЈА

СОДРЖИНА

ГЛАВА 1: КОГА НАСТАНУВААТ ВОНРЕДНИ ВЕСТИ ЗА КРИЗНИ СИТУАЦИИ.....7
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 1.1: ОДВОЈУВАЊЕ НА ГЛАСИНИТЕ ОД ФАКТИТЕ ВО ЗОНА НА ВОЕНИ ДЕЈСТВА ВО НИГЕРИЈА.....15

ГЛАВА 2: ОСНОВИ НА ВЕРИФИКАЦИЈАТА: ЖИВОТНИ ПРАВИЛА.....18
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 2.1: КОРИСТЕЊЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ КАКО ПОЛИЦИСКИ СКЕНЕР.....23

ГЛАВА 3: ВЕРИФИКАЦИЈА НА КОРИСНИЧКИ СОДРЖИНИ.....30
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 3.1: МОНИТОРИНГ И ВЕРИФИКАЦИЈА ЗА ВРЕМЕ НА ПАРЛАМЕНТАРНИТЕ ИЗБОРИ ВО УКРАИНА.....39

ГЛАВА 4: ВЕРИФИКАЦИЈА НА ФОТОГРАФИИ.....43
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 4.1: ВЕРИФИКУВАЊЕ БИЗАРНА ТОПКА ЗА ПЛАЖА ЗА ВРЕМЕ НА БУРА.....51
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 4.2: ВЕРИФИКАЦИЈА НА ДВЕ СОМНИТЕЛНИ „УЛИЧНИ АЈКУЛИ“ ЗА ВРЕМЕ НА УРАГАНОТ СЕНДИ.....54

ГЛАВА 5: ВЕРИФИКАЦИЈА НА ВИДЕО.....59
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 5.1: ВЕРИФИКУВАЊЕ НА КЛУЧНОТО ВИДЕО ОД БОМБАШКИОТ НАПАД ВО БОСТОН.....69
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 5.2: ИСТРАЖУВАЊЕ НА „МАСАКРОТ“ ВО БРЕГОТ НА СЛОНОВАТА КОСКА.....73
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 5.3: ПОТВРДА НА ЛОКАЦИЈАТА И СОДРЖИНАТА НА ЕДНО ВИДЕО.....83

ГЛАВА 6: КОРИСТЕЊЕ НА ЗАЕДНИЦАТА КАКО ПОМОШ ВО РАБОТАТА.....86
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 6.1: СПРЕПНАТ ОД АРАПСКАТА ГРАМАТИКА.....92

ГЛАВА 7: ДОДАВАЊЕ НА КОМПЈУТЕРСКАТА КОН ЧОВЕЧКАТА ТОЛПА.....95
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 7.1: КАКО „ОУПЕНСТРИТМАП“ (OPENSTREETMAP) КОРИСТЕШЕ ЛУЃЕ И МАШИНИ ЗА МАПИРАЊЕ НА ОБЛАСТИТЕ ПОГОДЕНИ ОД ТАЈФУНОТ ХАИЈАН.....100

ГЛАВА 8: ПОДГОТОВКА ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ПРИРОДНИ КАТАСТРОФИ.....103
СТУДИЈА НА СЛУЧАЈ 8.1: КАКО „НХК ЊУЗ“ ИЗВЕСТУВАШЕ И УЧЕШЕ ОД ЗЕМЈОТРЕСОТ ВО ЈАПОНИЈА ВО 2011 ГОДИНА.....110

ГЛАВА 9: КРЕИРАЊЕ ПРОЦЕС НА ВЕРИФИКАЦИЈА СО ЛИСТИ ЗА ПРОВЕРКА.....115
РАМКА 9.1: ПРОЦЕНА И МИНИМИЗИРАЊЕ НА РИЗИЦИТЕ ПРИ КОРИСТЕЊЕТО КОРИСНИЧКИ СОДРЖИНИ.....125
РАМКА 9.2: СОВЕТИ ЗА СПРАВУВАЊЕ СО ТРАУМАТИЧНИ СЛИКИ.....127

ГЛАВА 10: АЛАТКИ ЗА ВЕРИФИКАЦИЈА.....130

АНЕКС: „ВИЗУАЛИЗАЦИЈА НА ПРАВДАТА: ТЕРЕНСКИ ВОДИЧ КОН ЗАЈАКНУВАЊЕ НА ВРЕДНОСТА НА ВИДЕОТО КАКО ДОКАЗЕН МАТЕРИЈАЛ ЗА ЗАШТИТАТА НА ЧОВЕКОВИТЕ ПРАВА“.....134

Наслов на оригиналот:

Verification Handbook: An Ultimate Guideline to Verifying Digital Content for Emergency Coverage

Editor: Craig Silverman, the Poynter Institute

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

Европскиот центар за новинарство (European Journalism Centre – ECJ) е независна, меѓународна непрофитна фондација посветена на највисоките стандарди во новинарството, меѓу другото, и преку обезбедувањето дополнителна обука за новинарите и медиумските работници. Потпирајќи се на својата меѓународна мрежа на соработници, Центарот работи како овозможувач и партнер на широк дијапазон проекти поврзани со новинарството.

Новинарството во кризни состојби (**Emergency Journalism**) ***е иницијатива на Европскиот центар за новинарство што на едно место ги собира релевантните вести, информации и ресурси за медиумските работници.*** Интернет-страницата на иницијативата е фокусирана на алатките што ги користат најновите дигитални технологии, вклучително и алатките за уредување на содржините за повеќеслојни географски карти што се ажурираат во живо и на поддршката на медиумското известување за кризни ситуации, како што се природни катастрофи и политички конфликти.

Изданието на Прирачникот за верификација: Ултимативен водич за верификација на дигитални содржини во известувањето за кризни ситуации на македонски јазик го подготви Центарот за развој на медиуми од Скопје





Издавањето на овој прирачник е финансирано од Европската Унија. Неговата содржина и ставовите изнесени во него се исклучива одговорност на авторите и на Центарот за развој на медиуми. Прирачникот не нужно ги одразува ставовите на Европската Унија.

Превод: Кирил Тасев и Дејан Георгиевски

Лектура: Весна Костовска

Техничка подготовка: Љубен Димановски

Прирачникот за верификација е револуционерен нов ресурс за новинарите и вработените во службите за обезбедување помош и обезбедува разработени упатства за користење на кориснички содржини во кризни ситуации.

Во кризни ситуации, социјалните мрежи се пренатрупани со нови извештаи за ситуацијата на теренот, повици за помош и информации од спасувачките служби. Пренесувањето на вистинската информација често се покажува клучно во обликувањето на реакцијата на јавноста и на службите за помош; буквално може да се работи за прашања на живот или смрт.

Прирачникот нуди практични совети за начинот на верификација и користење на информациите што ги доставило мноштво луѓе, како и дејствителни совети за подобрување на подготвеноста за катастрофи и кризни ситуации внатре во редакциите.

Иако првенствено наменет за новинарите и хуманитарните работници, Прирачникот можат да го користат сите. Советите и упатствата ќе им бидат подеднакво полезни на новинарите, граѓанските новинари, вработените во службите за помош и спасување, волонтерите, студентите по новинарство, специјалистите за кризни комуникации или на припадниците на академската заедница што ги проучуваат социјалните медиуми.

Прирачникот е развиен и подготвен од Европскиот центар за новинарство, со седиште во Холандија, во рамките на иницијативата „Новинарство во кризни состојби“.

ГЛАВА 1:

КОГА НАСТАНУВААТ ВОНРЕДНИ ВЕСТИ ЗА КРИЗНИ СИТУАЦИИ

Крег Силверман и Рина Цубаки



Крег Силверман (**Craig Silverman**) е претприемачки новинар и основач и уредник на „Жалиме за грешката“ (Regret the Error), блог на Институтот Поинтер посветен на медиумските грешки, точноста на известувањето и верификацијата. Тој има развиено курс за обука за верификација на информации во дигиталната ера за „Универзитетот за вести на Поинтер“ (Poynter News University). Крег Силверман ја врши функцијата на директор за содржини во „Спанџ“ (Spundge), платформа што им помага на професионалците да растат и да ја монетизираат својата експертиза преку креирање содржини. Претходно, Крег Силверман помогна во основањето на „ОпенФајл“ (OpenFile), онлајн информативен стартап што обезбедуваше локални вести во шест градови во Канада. Автор е на „Жалиме за грешката: Како медиумските грешки го загадуваат печатот и ја загрозуваат слободата на говорот“, а за неговите труд и работа има добиено признанија од Националниот прес-клуб на САД (U.S. National Press Club), наградите „Мирор“ (Mirror Awards), Здружението на авторите на криминалистички романи на Канада (Crime Writers of Canada) и Наградите на националните списанија на Канада (National Magazine Awards (Canada). Твитува на @craigsilverman.



Рина Цубаки (**Rina Tsubaki**) ги води и управува со иницијативите „Прирачник за верификација“ (Verification Handbook) и „Новинарство во кризни ситуации“ (Emergency Journalism) на Европскиот центар за новинарство од Холандија. Иницијативата „Новинарство во кризни ситуации“ на едно место собира ресурси за медиумските професионалци што известуваат од и за нестабилните ситуации во дигиталната ера, а Цубаки често настапува како говорник на овие теми на разни настани, вклучувајќи и средби организирани од ОН и на Меѓународниот фестивал на новинарството (International Journalism Festival). Претходно работела на неколку проекти фокусирани на улогата на граѓаните во променливиот медиумски пејзаж, а во 2011 година беше водечки автор на извештајот на „Интерњуз Јуроп“ (Internews Europe) за улогата на комуникациите за време на земјотресот во Јапонија во март 2011 година. Има објавувано и во „Хокаидо Шимбун“ (Hokkaido Shimbun), регионален дневен весник во Јапонија. Твитува на @wildflyingpanda.

„...Потребно е новинарите никогаш да не претпоставуваат ништо и секогаш да споредуваат, да проверуваат и да верификуваат за да останат веродостојни извори на вести и информации,“ Сантијаго Лион, потпретседател и директор за фотографија, „Асошиејтед прес“ (The Associated Press).

Глава 1: Кога настануваат вонредни вести за кризни ситуации

Крег Силверман и Рина Цубаки

Не помина многу време откако земјотрес со сила од 8,1 степен ја погоди северна Индија пред да почне да кружи информација дека во еден град се срушиле 4 000 згради, предизвикувајќи „безброј загинати“. Некои извештаи тврдеа дека се срушила и главната зграда на еден факултет, како и зградата на Вишиот суд во тој регион.

Слична ситуација имавме и кога земјотрес со јачина од 9,0 степени ја погоди североисточна Јапонија. Луѓето слушнаа дека ќе паѓа токсичен дожд поради експлозија во постројките на една нафтена компанија и дека агенциите за помош не може да доставуваат помош со падобрани.

Од првата до последната, сите горенаведени беа лажни гласини.

Општопозната вистина е дека гласините и дезинформациите се редовни придружници на кризните ситуации. Споменатиот земјотрес во Индија? Тој се случил, но во 1934 година, многу пред да се појават интернетот и социјалните медиуми. Земјотресот во Јапонија се случи во 2011 година.

За двата земјотреси имаше гласини затоа што несигурноста и вознемиреноста – два клучни елементи на кризните ситуации – ги тераат луѓето да измислуваат и да повторуваат сомнителни информации.

„Накратко, гласините се појавуваат секогаш кога луѓето се чувствуваат несигурни и вознемирени од некоја тема што лично ги засега и кога гласината изгледа веродостојна со оглед на сензибилитетите на луѓето што се вклучени во нејзиното ширење“, пишуваат авторите на „Фабрики за гласини: Општественото влијание на гласините и легендите“ (Rumor Mills: The Social Impact of Rumor and Legend).

Во една статија во „Сајколоџи тудеј“ (Psychology Today), од друга страна, се вели: „Стравот произведува гласини. Колку посилна е колективната вознемиреност во некоја група, толку групата ќе биде посклона кон започнување на кругот на создавање гласини.“

Во денешниот вмрежен свет, луѓето често намерно шират лажни информации и гласини за да се пошегуваат, да соберат „допаѓања“ и следбеници или, едноставно, за да предизвикаат паника.

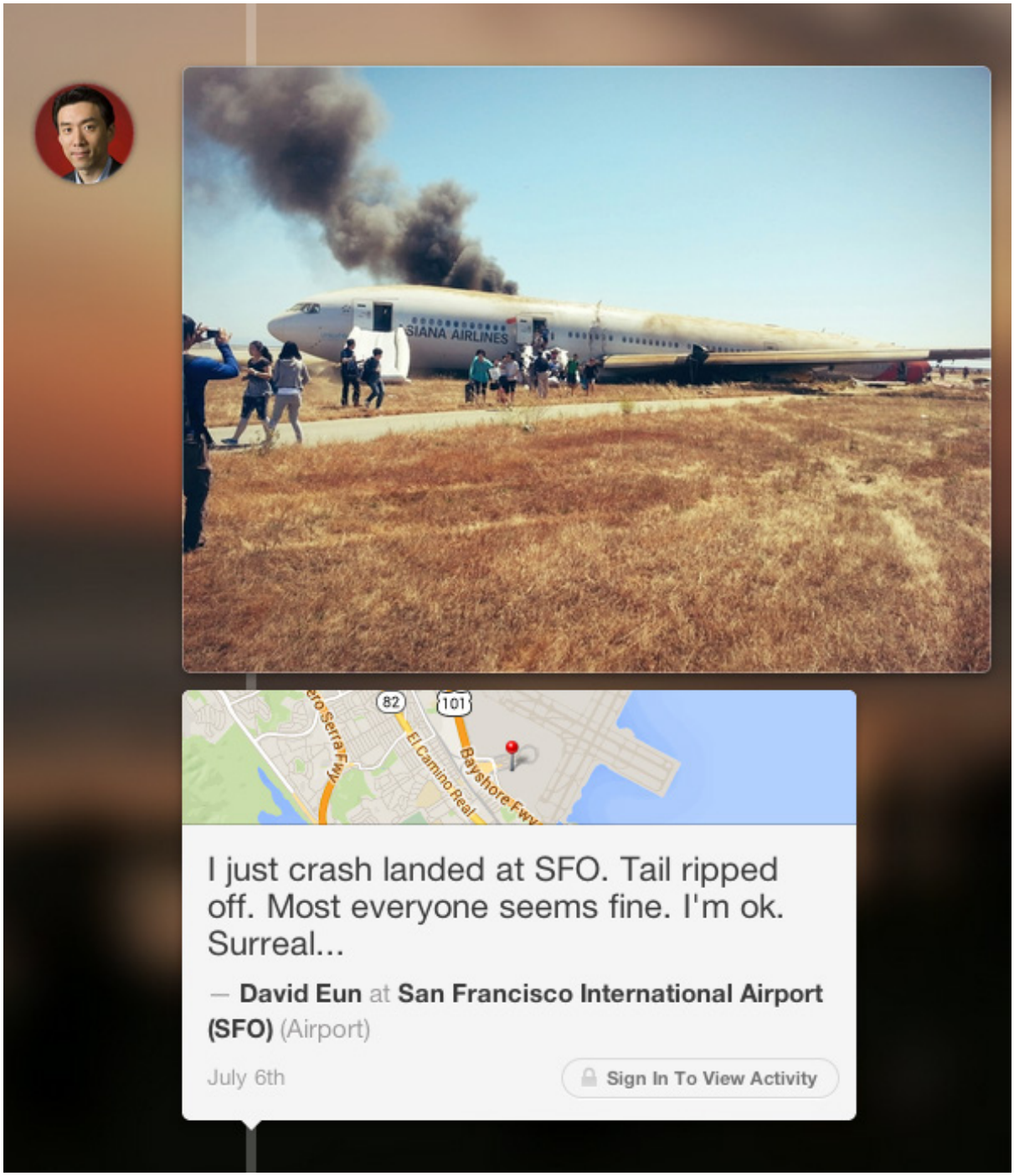
Резултат од сето тоа е што веројатно најтешко е да се прави верификација во ситуациите кога потребата да се обезбедат точни информации има огромно значење. Во случај на криза или катастрофа, без оглед дали е предизвикана од природата или од човечки фактор, ризиците за пренесување неточни информации се засилени. И, буквално, може да станува збор за прашање на живот и смрт.

Сепак, среде ширењето гласини и измамите, секогаш постои силен сигнал што на светлината на денот изнесува вредни и значајни информации. Кога авионот на „JyEc Ервејз“ (US Airways) принудно слета во реката Хадсон, еден патник на траект беше изворот на фотографијата што сама по себе зборува сè и што само директен сведок би можел да ја сними во тој момент:





Луѓето што се на терен се дури и позначајни кога станува збор за места до кои новинарите имаат многу малку или воопшто немаат пристап, а на кои агенциите и службите за помош не можеле да работат. Денес, таквите сведоци и директни учесници во настаните често посегнуваат по своите телефони за да го документираат и да го споделат тоа што го гледаат. Може да станува збор за сведок што пловел со брод на реката или, пак, за човек што тукушто се извлекол од паднат авион, како што е примерот даден подолу од 2013 година.



Јавноста се потпира на официјални извори, како што се новинските организации, службите за помош во кризни ситуации и владините агенции, од кои очекува да добие веродостојни и навремени информации.

Истовремено, таквите организации и институции сè почесто се вртат кон јавноста, односно кон насобраните луѓе со барање за помош во собирањето нови информации и во обезбедувањето различни гледишта и контекст на настаните. Кога функционира, тоа создава доблестен круг: официјалните и етаблирани извори на информации – владини агенции, НВО, новински организации – нудат клучни и навремени информации кога се најпотребни и соработуваат со луѓето на терен што први ја виделе и ја документирале кризната ситуација.

За да го постигнат тоа, новинарите, хуманитарните работници и вработените во службите за справување со кризи треба да ги усвојат вештините за користење на социјалните мрежи и други извори за собирање, триангулација и потврда на, често, меѓусебно спротивставените информации што се појавуваат во време на кризи и катастрофални настани. За тоа им се потребни потврдени процеси, кредибилни алатки и испробани и проверени техники. Најмногу од сè, потребно е да се стекнат со сите гореспоменати нешта пред да настане кризната ситуација или катастрофата.

Катастрофите не се вистинскиот момент за избрзана потврда. Тоа не е момент за утврдување на стандардите и практиките за ракување со информации собрани од многу извори. Па сепак, многу – всушност премногу – редакции и други организации го прават токму тоа.

За среќа, последниве години во изобилство се појавија алатки, технолошки решенија и добри практики, кои им овозможуваат на сите што го сакаат тоа да ја совладаат новата вештина на верификација, а постојано се развиваат и нови алатки и решенија.

Во крајна линија, станува збор за постигнување хармонија помеѓу два клучни елементи: да се подготват, да се обучат и да се координираат луѓе пред и за време на кризна состојба; и да им се обезбедат пристапот и ресурсите што им се потребни со цел наполно да ги искористат алатките што може да им помогнат во верификацијата, а кои постојано се развиваат и еволуираат.

Комбинацијата на човечкиот и технолошкиот фактор, со чувство за насоките според кои треба да се движи и одговорноста, во крајна линија, е она што помага да се забрза и да се усврши верификацијата. Се разбира, навистина станува збор за нова комбинација, а опсегот на алатки и технологии може да се промени со голема брзина.

Оваа книга ги синтетизира најдобрите совети и искуства со повикување на експертизата на водечките практичари од некои од водечките новински организации, невладини организации, волонтерски и технолошки заедници во светот, па дури и од Обединетите нации. Таа нуди суштински упатства, алатки и процеси што ќе им помогнат на организациите и на професионалците да ѝ обезбедат на јавноста кредибилни и навремени информации тогаш кога тоа е најпотребно.

***

Вистина е дека добрите професионалци често се прелажани од лоши информации и дека технологијата, колку што може да помогне, може и да нè одведе настрана од вистинскиот пат. Тоа особено може да се случи во услови кога многу информации се движат наоколу со огромна брзина, а многу редакции и организации немаат формални програми за обука и процеси за верификација.

„Работата на верификација и раскринкување на содржините што ги обезбедува јавноста повеќе се потпира на новинарското претчувство отколку на најновата технологија“, вели Дејвид Тарнер во статијата на „Ниман рипортс“ (Nieman Reports) за Центарот на кориснички содржини на Би-би-си. „Иако оваа нова новинарска специјализација се нарекува и ’информатичка форензика‘, не е потребно да бидете експерт за информатички технологии или да поседувате специјална опрема за да ги поставите основните прашања што треба да бидат одговорени со цел да се процени дали некој настан е или не е инсцениран.“

Сознанието дека не постои „сребрен куршум“ и дека не постои совршена проверка е почетната точка во секоја проверка за верификација, како и во обезбедувањето веродостојни информации во кризни ситуации. Од новинарите и од другите заинтересирани страни тоа бара најпрво да се навратат на основите на верификација што постојат со децении и кои никогаш нема да станат непотребни и надминати.

Во неговото поглавје на овој прирачник, Стив Батри се фокусира на клучното прашање што се наоѓа во сржта на верификацијата. На тоа прашање му ја приклучуваме следнава листа на основни постапки:

- Имајте на располагање готов план и процедури пред да настапат кризни ситуации или вонредни вести;
- Развивајте ги човечките ресурси;
- Контактирајте со луѓето и комуницирајте со нив;
- Бидете скептични кога нешто изгледа или звучи премногу добро за да биде вистинито;
- Консултирајте веродостојни извори;
- Запознајте се со методите за пребарување и истражување и со новите алатки;
- Одржувајте контакти и соработувајте со други професионалци – верификацијата е тимски спорт.

Една друга максима што беше додадена до горната листа последниве години е дека кога се обидувате да оцените некоја информација – било да станува збор за фотографија, твит, видео или друг вид содржина – мора да ги верификувате и изворот и содржината.

Кога „Асошиејтед прес“ го постави Фергас Бел (Fergus Bell) за водач на процесот на создавање и спроведување внатрешен процес за потврда на кориснички видеа, тој прво се наврати на долгогодишните внатрешни упатства за верификација на организацијата, наместо да се сврти кон новите алатки и технологии.

„Во АП отсекогаш имало стандарди што, во суштина, не се променети низ годините, и работејќи со тие стандарди, можевме да ги воспоставиме специфичен редослед на постапки и најдобри практики за работа со социјалните медиуми“, вели Бел. „Значи, во АП отсекогаш сме се труделе да го пронајдеме оригиналниот извор за да може известувањето да го фокусираме околу изворот. И секогаш на тој начин му приоѓаме на верификувањето на корисничките содржини. Во најголемиот број случаи, не може да верификуваме нешто сè додека не разговараме со лицето што го создало.“

Поаѓајќи од тие основи, организациите може да почнат да градат стабилен и повторлив процес за верификација на информациите во време на кризни ситуации. Верификацијата на информации од социјалните мрежи, било да станува збор за фактички тврдења, фотографии или видеа, станува полесна ако ги познавате стандардите и ако знаете како да ги примените. Дури тогаш е можно на најдобар начин да се искористат алатките како што се EXIF-читачи, програми за анализа на фотографии, напредно пребарување на Твитер, пребарување домени со фразата „whois“ и други алатки наведени во овој Прирачник.

Заедно со тој комплет алатки и стандардите и процесите за нивно користење, тука е и клучниот елемент на собирање информации преку „краудсорсинг“ (crowdsourcing): воведување на јавноста во процесот и соработка со неа со цел да обезбедиме дека ќе имаме колку што е можно подобри информации кога ни се најпотребни.

Енди Карвин (Andy Carvin), кој неодамна ја напушти позицијата на виш стратег за социјални медиуми во Националното јавно радио (National Public Radio – NPR), веројатно е најпознатиот и најискусниот практичар на полето на верификација на „краудсорсирани“ информации. Тој вели дека клучно е да се работи со мноштвото луѓе со цел, како што гласи и мотото на НПР, „да создадеме подобро информирана јавност“.

„Кога настанува голема вонредна сторија, не треба да ги користиме социјалните медиуми само за да ги пласираме најновите наслови или да побараме од луѓето да ни го кажат своето мислење за тоа што се случило откако се случило“, рече Карвин во говорот што го одржа на Меѓународниот фестивал на новинарството.

Продолжи:

> „Не треба да застанеме ни кај барањето нивна помош кога се обидуваме да покриваме некоја голема приказна. Треба да бидеме поотворени за што е тоа што го знаеме и што е тоа што не го знаеме. Треба активно да ги разгледаме гласините што кружат на интернет. Наместо да се преправаме дека тие не кружат или дека не се наша грижа, треба со нив да се справиме директно, да побараме од јавноста да поставува прашања за нив, да ги разгледува, да разбере од каде би можеле да дојдат и зошто.“

Овој Прирачник е водич што треба да ни помогне на сите – на новинарите, на службите за справување со кризи, на граѓанските новинари и на сите други – да се стекнеме со потребните знаења и вештини што ќе ни овозможат да соработуваме во време на кризни настани за да ги одвоиме вестите од ширењето гласини и, во крајна линија, да го подобриме квалитетот на информирањето во нашето општество тогаш кога е најпотребно.

Студија на случај 1.1: Одвојување на гласините од фактите во зона на воени дејства во Нигерија

Стефани Дуранд



Стефани Дуранд (Stephanie Durand) управува со стратешките медиумски партнерства во поголем број проекти на Алијансата на цивилизациите на Обединетите нации (United Nations Alliance of Civilizations) во Њујорк. Таа е надлежна за организација на обуки за медиумите, организација на средби на експерти и уредници, развој на мултимедијални проекти, спроведување промотивни активности за една експертска интернет-страница и води портфолио со повеќе од 80 партнери. Претходно работела во „Сајанс По Париз“ (Sciences Po Paris) како помошник-директор на Американскиот центар, а потоа во Школата за постдипломски студии по новинарство, каде што ја развила стратегијата за меѓународна соработка. Потекнува од француско-германско семејство, дипломирала и магистрирала на „Сајанс По Париз“, а поседува и магистратура по меѓународни односи од Лондонската школа за економија (London School of Economics). Твитува на @steffidurand.

Студија на случај 1.1: Одвојување на гласините од фактите во зона на воени дејства во Нигерија

Стефани Дуранд

Регионот Џос (Jos) во централна Нигерија традиционално е познат како „Дом на мирот и туризмот“. Денес, веќе подолго време е дом на тековна војна што се води на верска и секташка основа.

Регионот Џос се протега по должината на границата на Нигерија, во правец север – југ. Северниот дел од земјата е доминантно муслимански, а југот е претежно населен со христијанско население.

Кризата во Џос доведе до алармантни наслови, како што се „Исламски напаѓачи убиле стотици христијани во близина на Џос“ и „Муслиманите ги масакрираат христијаните во централна Нигерија“. Наведените и други слични наслови поттикнаа некои верски водачи да ги обвинат медиумите за поттикнување верско насилство поради провокативната природа на известувањето.

Сепак, во Џос се случува смртоносно насилство и печатените медиуми мора прецизно да ја раскажат таа приказна. За да го сторат тоа, медиумите мора да прочешлаат сè поголем број гласини што се шират преку текстуални пораки, на социјалните мрежи и на блогови – и да внимаваат да не објавуваат лажни информации што може дополнително да ја влошат ситуацијата.

Локалните новинари се изложени и на заплашување, самоцензура и страв од одмазда од државните органи или од милитантите. Меѓународните медиуми се соочуваат со предизвици како што се сè пооскудните ресурси што им стојат на располагање, а тоа резултира со ситуација во која странски известувачи работат сами за да известуваат за целиот регион.

Тоа може да влијае врз нивното познавање и чувствителноста на локалниот контекст. Исто така, го зголемува потпирањето на содржини собрани и дистрибуирани од (често непознати) сведоци од самото место. Новинарите мора да внимаваат да го верификуваат тоа што го дознале и го откриле, затоа што, во спротивен случај, ризикуваат да ги зголемат тензиите и да предизвикаат отпаднички напади врз основа на обични гласини.

Во јануари 2010 година, кога новинските организации почнаа да известуваат за нов голем судир во Џос, почнаа да се шират гласини за толпи вооружени со ножеви и мачети, кои се собираат околу куќи, џамии и цркви. Сведоците наведуваа различни причини за избувнување на конфликтот: некои велеа дека настанал поради обновата на куќите уништени во немирите во 2008 година, а други поради тепачка за време на фудбалски меч или поради палење црква.

Текстуалните пораки, исто така, имаат значајна улога во директното поттикнување насилство преку пораки, како што е „заколете ги пред тие да ве заколат вас. Убијте ги пред тие да ве убијат“.

Истовремено, на блоговите редовно се објавуваа фотографии од жртвите на насилство.

Процесот на верификација денес е позначаен од кога било во ситуација кога погрешните претстави и стравот превладуваат на сите страни. Од основно значење за новинарите е да се дистанцираат од страстите на инволвираните страни и да ја проверуваат точноста на сведоштвата што раскажуваат или визуелно прикажуваат етничко или верско насилство. Раскринкувањето лажна гласина за смртоносен поход или за претстојна криза буквално може да спаси животи.

Како и на други места, така и во Џос, социјалните медиуми шират дезинформации, а истовремено на новинарите им овозможуваат да се поврзат и да комуницираат со претставници на јавноста како дел од нивната работа. Социјалните медиуми обезбедуваат платформа за справување со гласините и за верификација на информациите што, во крајна линија, ги создаваат довербата и транспарентноста што се потребни за да се избегне ескалација на конфликтот.

Во Џос, примената на верификација во соработка со јавноста им помага на медиумите при олеснувањето на тензиите и ограничувањето на конфликтот. Тоа резултира со правично и точно известување што е насушно потребно и дополнително го охрабрува таквиот вид известување.

Се разбира дека тоа не е единствениот одговор што е потребен за да се намалат тензиите, но таквиот вид известување прави многу за сеење страв, сомнежи и гнев, кои се во сржта на етничките и верските судири.

ГЛАВА 2:

ОСНОВИ НА ВЕРИФИКАЦИЈАТА: ЖИВОТНИ ПРАВИЛА

Стив Батри



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.

Глава 2: Основи на верификацијата: Животни правила

Во 1996 година работев на проект за средношколскиот женски кошаркарски тим што 25 години претходно го освои државното првенство на Ајова. Ги интервјуирав сите 12 кошаркарки што играа за тимот на Фарагут (Farragut), како и најдобрата кошаркарка и тренерот на Медијаполис (Mediapolis), тимот што Фарагут го победи во финалето.

На сите им го поставив прашањето како Фарагут успеа да победи во финалниот натпревар. Добив различни, често многу живи верзии на една иста приказна: Ѕвездата на Медијаполис, Барб Вишмајер (Barb Wischmeier), висока 183 сантиметри, лесно поентирала против пониските девојки од Фарагут на почетокот на мечот и Медијаполис извојувал предност.

Тренерот на Фарагут ја внел во игра Танија Боп (Tania Bopp), висока одвај 155 сантиметри, да ја чува Вишмајер. Боп изнудила неколку лични грешки во напад (некои од интервјуираните точно се сеќаваа дека биле три-четири лични грешки) од повисоката девојка, по што таа станала нервозна и по малку агресивна. Фарагут се вратил во игра и го добил натпреварот.

Во статиите не ги доведував во прашање овие конзистентни сеќавања, но дознав, речиси случајно, дека беа пренадуени. Една од девојките ми зајми снимка од натпреварот. Го изгледав целиот натпревар, барајќи детали што можеа да ми помогнат во раскажувањето на приказната. Не мислев да оспорам ничие сеќавање, но кога завршив со гледањето на касетата, си помислив дека нешто сум испуштил. Па ја прегледав уште еднаш.

Ситната Танија Боп изнуди само една лична грешка од физички поголемата девојка. Тоа ја збрка ѕвездата на Медијаполис и беше пресвртна точка на натпреварот, но се случи само еднаш. Сите сведоштва од прва рака што ги слушнав беа неточни, потхранети од емоциите (радост или тага) за еден значаен момент во нивните животи, оформени од легендата што подоцна се развила за тој натпревар.

Легендата – и можноста да ѝ оддадам почит со тоа што ќе ја раскринкам – ми осигури одлична наративна точка за статијата, но научив и лекција за верификацијата: Не верувајте им дури и на чесните сведоци. Барајте документација.

Легендите се одличен, а знаат да бидат и забавен начин со цел спортистите и навивачите повторно да ги доживеат славните денови на еден легендарен спортски тим. Но, новинарите, активистите и оние што работат на заштита на човековите права мора да работат со вистината и да бидат посветени на тоа да ја откријат и да ја кажат вистината, особено во кризни ситуации.

Без оглед на тоа дали склопуваат приказна за природна катастрофа, вонредна вест или дел од некоја урбана легенда, раскажувачите мора да имаат предвид дека тоа што некој го кажува е производ на кревко сеќавање или ограничена перспектива. Ако целта ни е да ја кажеме вистината, на бајракот треба да ја носиме верификацијата.

Треба да бидеме отворени кога ги прегледуваме и ги преслушуваме приказните на нашите извори, барајќи можности за верификација. Дали изворот има (старо или ново) видео, фотографија, писмо или документ што ќе обезбеди потврда или повеќе детали или, на пример, ќе го коригира замаглението сеќавање. А кога ќе ги добиеме таквите материјали, особено во кризни ситуации кога никогаш нема доволно време, треба да ги истражиме и на нив да ги примениме основите на верификацијата.

Без оглед на тоа за каков момент станува збор и за вашата улога во него, принципите на верификација се безвременски и може да се применат во секоја ситуација, било да станува збор за вонредни вести, природна катастрофа или прераскажување апокрифна приказна од пред четвртина век.

СУШТИНАТА НА ВЕРИФИКАЦИЈАТА

Едно од најценетите клишеа во новинарството, изобилно користено од искусните уредници што безмилосно ги сечат другите клишеа од сторииte, гласи: „Ако мајка ти ти вели дека те сака, провери го тоа."

Клишето, сепак, не му кажува на новинарот или на хуманитарниот работник како да го провери тоа. Верификацијата е суштината на новинарството, но таа истовремено покажува колку е тешко новинарството, како и потребата од високи стандарди: Патот до верификацијата може да се разликува за секој поединечен факт.

Значи, на новинарите, луѓето што се занимаваат со човековите права и вработените во службите за справување со кризи, прирачникот нема да им понуди едно решение со чекори применливи во сите случаи, туку ќе понуди стратегии да го проверите тоа што сакате – што и да е „тоа" и без оглед каква е вашата мотивација или улога.

Централното прашање на верификацијата е: „Од каде го знаете тоа?"

Репортерите треба да им го постават тоа прашање на изворите, а уредниците треба да им го постават тоа прашање на репортерите. Репортерите, уредниците, продуцентите и оние што работат во областа на човековите права треба да го постават прашањето во трето лице кога станува збор за извори што не може директно да ги прашаат: Од каде го знаете тоа?

Редакциската обучувачка Розали Стемер (Rosalie Stemer) додава и второ прашање што ги илустрира различните нивоа на процесот на верификација и етиката на упорност и снаодливост што се потребни за верификација: Од каде другаде го знаете тоа?

Додека поставуваме прашања за изворите и материјалите, и како што колегите ни поставуваат прашања нам, треба да бараме повеќекратни извори за верификација, повеќе патеки до вистината. (Или да пронајдеме дупки во податоците или во приказната пред да продолжиме да работиме на нив.)

Верификацијата вклучува група од три фактори:

1. Нечија снаодливост, упорност, скепса и вештина;
2. Знаењето, веродостојноста и чесноста на изворите, како и бројот, разновидноста и веродостојноста на изворите што може да ги пронајдете и да ги убедите да зборуваат;
3. Документација.

Технологијата го промени начинот на кој ги применуваме трите фактори: 24-часовниот информативен циклус и растот на социјалните медиуми и корисничките содржини од нас бара да собираме информации и да известуваме за настаните како што се одвиваат и да носиме брзи одлуки во однос на тоа дали информацијата е доволно верификувана; дигиталните алатки ни нудат нови начини за наоѓање и контактирање извори; базите на податоци и сеприсутните мобилни телефони со камери ни обезбедуваат огромен број документација што треба да се пребара и да се оцени. Успешната верификација е резултат на ефективното користење на технологијата, но и на посветеноста на безвременските стандарди за точност.

Потребата од верификација почнува од едноставниот факт дека многу од нашите извори на информации грешат. Можеби лажат со зла намера, а можеби, без да знаат и без нивна вина, пренесуваат дезинформации. Можеби имаат слаба меморија или им недостига контекст или доволно разбирање. Можеби се наоѓаат во опасност и не може да понудат сè што знаат или, пак, не може да ја согледаат целата слика за настаните.

Не е наша задача да повторуваме како папагали што велат изворите и материјалот што ни го дале, туку да ги оспориме и да ги споредиме тие материјали со други кредибилни извори и да потврдиме што е вистина за да го отстраниме од нашиот труд (пред да објавиме или да мапираме) она што е лажно или не е соодветно потврдено.

Секоја од многубројните насоки за верификација што може да ја избереме има свои недостатоци. Во многу случаи, а особено во кризни ситуации, сè почесто се соочуваме со официјални извори во изобилство и може да најдеме извори од прва рака, луѓе што навистина ги виделе настаните или дури и учествувале во нив. Нивните сведоштва може да имаат недостатоци.

Гувернерот на Западна Вирџинија, Џо Манчин (Joe Manchin), во 2006 година ги информираше новинарите дека 12 од 13 рудари затрупани под земја биле спасени од рудникот Саго. Кој репортер не би ја објавил таа приказна?

Но, гувернерот грешеше. Загинале дванаесетмина рудари, а само еден бил спасен. Гувернерот се потпирал на сведоштва од втора и трета рака и не бил прашан од каде знае дека рударите се живи. Мора да ги прашуваме и навидум авторитативните извори исто толку агресивно како што би постапиле со кој било извор.

НОВИ АЛАТКИ

Технологијата го промени начинот на документирање. Видеокасетата што ми помогна да ја разоткријам легендата во 1996 година немаше да биде достапна од членка на тимот ако се обидев да ја пишувам таа приказна 15 години претходно (иако ќе можев да ја изгледам снимката од архивите на ТВ-станицата). Во годините што поминаа откако ја искористив таа снимка за верификација, достапноста на мобилни телефони и безбедносни камери го зголеми бројот на видеодокументација и нејзиното значење. Но, леснотијата на дигиталната видеомонтажа го потенцира значењето на скептицизмот. И, секако, кое било видео покрива само дел од приказната.

Технологијата, исто така, го промени начинот на кој ги наоѓаме и работиме со изворите на информации. Како што учесниците и сведоците на настаните ги споделуваат своите сведоштва на социјалните медиуми и блогови со зборови, фотографии и видеа, новинарите може побрзо да ги пронајдат и да се поврзат со очевидците на настаните со користење дигитални алатки за пребарување и други технологии или, пак, преку „краудсорсинг“.

Новите алатки најефективно ќе ги употребуваме ако ги комбинираме со старите прашања: Од каде го знаат тоа? Од каде другаде го знаат тоа?

А, што е со старото клише за проверка на мајчинската љубов? Го верификував изворот (старото Градско биро за информирање на Чикаго (Chicago City News Bureau)) преку повеќе онлајн извори: „Чикаго Трибјун“ (Chicago Tribune), Американската ревија за новинарство (American Journalism Review – AJR) и „Њујорк тајмс“ (The New York Times). Дури и таму легендата ја комплицира верификацијата. Една статија од Мајкл Пакенам (Michael Pakenham), објавена во „Балтимор Сан“ (Baltimore Sun) во 1999 година, вели дека легендата му ги припишува зборовите на Арнолд Дорнфелд (Arnold Dornfeld), долговечниот уредник на ноќната градска рубрика во Бирото (тоа го прават и трите статии наведени погоре), но дека „Дорни (Дорнфелд) вели дека друг искусен уредник, Ед Јуленберг (Ed Eulenberg), всушност, бил првиот што ги изговорил“.

Мајка ти веројатно навистина те сака, како што и самата вели. Тоа може да го верификувате ако ги интервјуирате нејзините пријатели и роднини, со прегледување фотографии и видеоснимки на кои таа ја покажува или ја изразува нејзината љубов. Пронајдете писма или ажурирања на Фејсбук што ја прикажуваат нејзината приврзаност. Документирајте ги подароците и делата што ја покажуваат нејзината љубов. Потоа истото направете го со секоја статија, секој настан и секој проект.

Студија на случај 2.1: Користење на социјалните медиуми како полициски скенер

Ентони де Роса



Ентони де Роса (**Anthony De Rosa**) е главен уредник во „Сирка“ (Circa), вистинска новинска организација за мобилни уреди. Претходно беше уредник за социјални медиуми во „Ројтерс“ (Reuters) и има над 15-годишно работно искуство како технолог во компании како што се „Њумарк Најт-Френк“ (Newmark Knight-Frank), „Мерил Линч“ (Merrill Lynch), „Бристол-Маерс Сквиб“ (Bristo-Myers Squibb) и „Ројтерс Медиа“ (Reuters Media). Во 2011 година ја доби наградата „Најдобра иновација во раскажувањето приказни“ (Best Storytelling Inovation) на „Ројтерс“ за известување од настани во живо со блогирање и користење социјални медиуми, а неодамна ја доби и новинарската награда на „Ел Мундо“ (El Mundo). Твитува на @AntDeRosa.

Студија на случај 2.1: Користење на социјалните медиуми како полициски скенер

Ентони де Роса

Медиумот преку кој собираме информации може да се промени, но начелата на верификација остануваат применливи. Оспорувањето на веродостојноста на тоа што го гледате и слушате, барањето и верификацијата на изворот, како и комуникацијата со официјалните и примарните извори остануваат најдобри методи за точно известување.

Ние во „Сирка“ ги следиме вонредните вести ширум светот, но го објавуваме само она што може да го потврдиме. Тоа од нас бара да ги користиме социјалните медиуми за следење на вонредните вести како што се случуваат, за да може да ја примениме верификацијата.

Запомнете, кон информациите од социјалните медиуми треба да пристапиме како и кон сите други извори: со крајна скепса.

Во најголем број случаи, јас им пристапувам на информациите на ист начин како што пристапувам на нешто што сум го слушнал преку скенер на полициските радиофреквенции. Собирам многу, а назад враќам многу малку. Информациите ги користам како трага што треба да ја следам на традиционален начин. Телефонирам, праќам електронски пораки и ги контактирам примарните извори што можат (или не можат) да го потврдат тоа што го слушам и гледам.

Во случајот со престрелката на аеродромот во Лос Анџелес во 2013 година, на пример, ги следевме извештаите на очевидците од аеродромот и ги контактиравме полицијата и канцеларијата на ФБИ во Лос Анџелес, како и окружната канцеларија за судска медицина. Ако не можевме независно да го потврдиме тоа што го видовме и слушнавме, се воздржувавме од објавување сè додека не го потврдивме.

Дури и во случаи кога големи новински организации објавуваа информации, ние се воздржувавме сè додека не добивме потврда од примарни извори. Таквите организации често цитираат неименувани извори во органите на безбедноста, а како што видовме во случајот со експлозијата на бомба на Бостонскиот маратон, престрелката во бродоградилиштето на морнарицата, престрелката во Њутаун (Newtown) и други ситуации, анонимните извори од органите на безбедноста често се несигурни и неверодостојни.

КОРИСТЕЊЕ НА „ТВИТДЕК“ (TWEETDECK) ЗА СЛЕДЕЊЕ НА НАЈНОВИТЕ ИНФОРМАЦИИ

Ако на социјалните медиуми гледаме како на полициски скенер, „ТвитДек“ е вашето радио. Постојат неколку начини на кои може да направите сопствена контролна табла за следење на текот на најновите информации.

Јас претходно подготвувам списоци на Твитер за посебни потреби. Темите на моите списоци ги вклучуваат органите за безбедност на големите градови, веродостојни локални репортери и новински организации во големите градови, како и специјализирани новинари. Можам да ги поврзам таквите списоци со колоните на „ТвитДек“ и да ги користам за вкрстено пребарување или, едноставно, да ги оставам вклучени како влез за следени информации.

МАЛ АВИОН СЛЕТУВА ВО БРОНКС

Овде прикажувам како ги користев пребарувањата на „ТвитДек“ во случајот со принудното слетување на еден мал авион на експресниот пат во Бронкс во јануари 2014 година, за да ги откријам новинските извештаи и да употребам триангулација со цел да го потврдам тоа што го гледав.

Забележав неколку твитови што се појавија на мојот хронолошки приказ и спомнуваа дека авион слетал на експресниот пат „Мајор Диган“ (Major Deegan Expressway) во Бронкс, Њујорк, нешто што не е нормална појава.

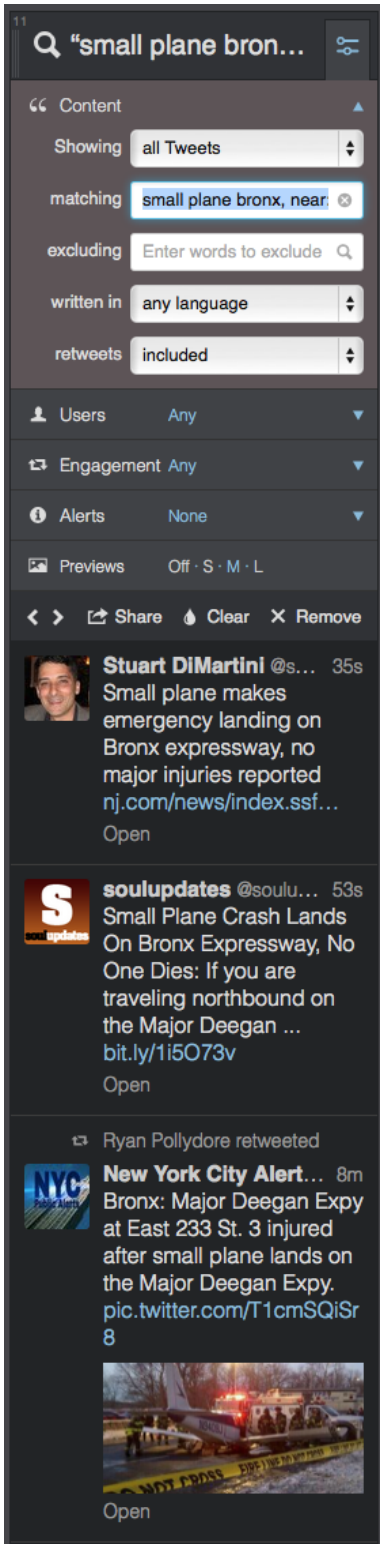


Авионот слета околу 15 часот и 30 минути според њујоршко време. (Времето на твитот е означено во временската зона „Стандардно пацифичко време“ (Pacific Standard Time).) Тоа беше еден од првите твитови што известуваше за слетувањето. Јас следам неколку кориснички сметки од поширокатa зона на Њујорк, кои служат како еден вид полициски скенер за сè што се случува во областа. Не објавувам ништо додека не можам да го поткрепам со докази, но корисно е како потенцијален аларм за подлабинско истражување.

Откако ги прегледав иницијалните извештаи, направив пребарување на „ТвитДек“ со употреба на функционалноста да прикажува само твитови што немаат текст, туку само фотографии или видеа. Пребарував со користење на терминитe „small plane“ (мал авион) и „Bronx“.



Резултатите прикажани на горната илустрација покажаа дека веродостојни новински извори известуваат за слетувањето на авионот со објавени фотографии. Пронајдов и дополнителни информации и илустрации преку пошироко пребарување на сите твитови што користат локациски филтер (во круг од 5 милји од Њујорк Сити) со клучните зборови „small plane“ и „Bronx“.

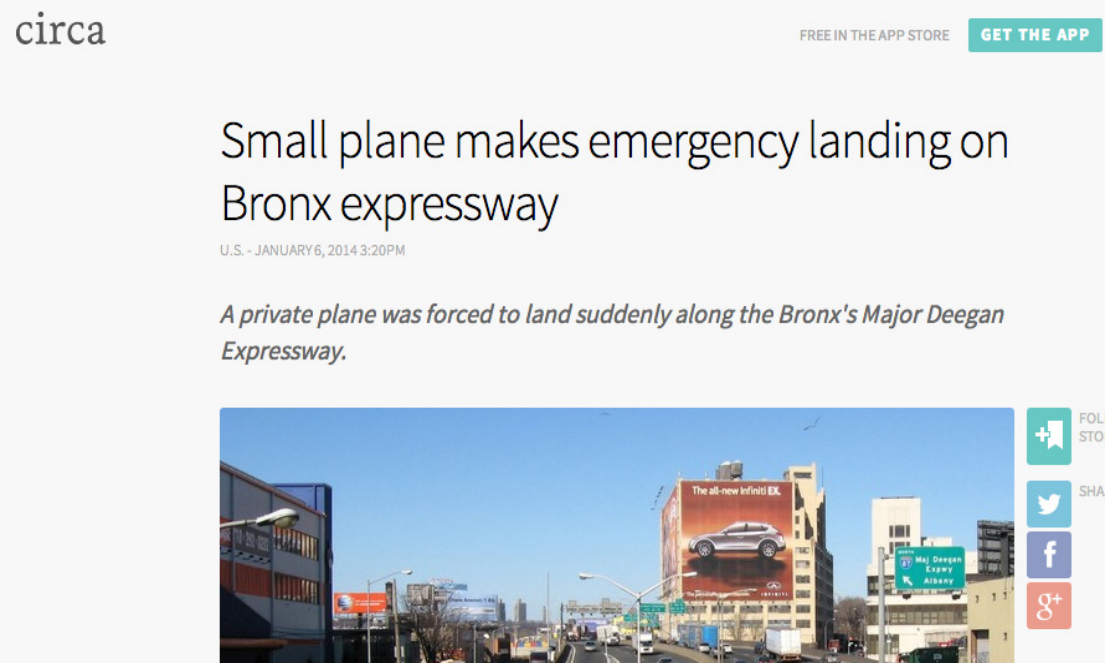


Пребарував и во мојата специјализирана листа на верификувани кориснички профили на државните и градските органи и агенции на Њујорк, повторно со користење локациски филтер. Овие веродостојни извори (на сликата долу) помогнаа да потврдам дека настанот се случил.



Тогаш ја контактирав канцеларијата за јавно информирање на Противпожарната служба на Њујорк (New York City Fire Department) за да го потврдам тоа што дотогаш го знаев и да побарам дополнителни детали за настанот. Ми беше кажано дека во авионот имало три лица – пилотот и двајца патници. Подоцна беше објавен и моделот на авионот, лицето на чие име е регистрирано леталото, како и болниците во кои биле однесени пилотот и патниците. Социјалните медиуми нè одведоа до настанот – но деталите моравме да ги следиме на старомоден начин.

Сметајќи дека соодветно сме обработиле доволно кредибилни информации за да може да почнеме со работа, ја објавивме приказната (види подолу). Мобилната апликација на „Сирка“, на читателите им нуди можност да „следат“ („follow“) некоја приказна и да примаат ажурирани информации како што се менува ситуацијата. Процесот што го применуваме е да ја објавиме сторијата колку што е можно побрзо со верификувани извештаи, а потоа да продолжиме со праќање редовни ажурирања. „ТвитДек“ ни овозможува да се зафатиме со некоја сторија што се развива и да ги побараме веродостојните луѓе (органи за безбедност, примарни извори) што може да ги контактираме за да ја потврдиме веродостојноста на новите информации што се објавени на социјалните медиуми. Во некои случаи го контактираме лицето што ја пратило информацијата до Твитер и да се обидеме да утврдиме дали тоа лице има кредибилитет.



СОБИРАЊЕ ДОКАЗЕН МАТЕРИЈАЛ

Информациите што ги гледате на социјалните медиуми треба да бидат првиот чекор кон обид за верификација што точно се случило, а не последниот збор во приказната.

Клучно е колку што е можно повеќе да набљудувате, да ги примите информациите и да ги споредите со други содржини и информации за да соберете доволно доказен материјал. Пронајдете начин да го потврдите тоа што сте го откриле во директен контакт и со верификација на кредибилитетот на лицата поврзани со содржината што сте ја пронашле.

Како што реков, однесувајте се кон социјалните медиуми како да станува збор за полициски скенер.

ГЛАВА 3:
ВЕРИФИКАЦИЈА НА КОРИСНИЧКИ СОДРЖИНИ

Клер Вордл



Клер Вордл (Claire Wardle) е истражувач во „Центарот Тоу на Колумбискиот универзитетот“ (Tow Center at Columbia University), каде што работи на голем истражувачки проект за корисничките содржини и телевизиските вести. Таа ја осмисли програмата за обука за социјални медиуми на Би-би-си во 2009 година и потоа обучуваше новинари во целиот свет за собирање и верификација на вести преку социјалните медиуми. Последниве две години, Клер работи во „Сторифул“ (Storyful). Клер има докторат по комуникации од Школата за комуникации „Аненберг“ (Annenberg School for Communication) на Универзитетот во Пенсилванија. На Твитер може да ја пронајдете како @cward1e, а може да го следите и нејзиниот блог на clairewardle.com.

Глава 3: Верификација на кориснички содржини

Клер Вордл

За помалку од една деценија, две клучни појави го трансформираа собирањето вести.

Првата е мобилната технологија. Една значајна пресвртна точка беше постигната летото 2013 година. За првпат, повеќе од половина (55 отсто) од сите продадени нови мобилни телефони беа „паметни телефони“.

Паметните телефони по дефиниција имаат квалитетна камера што може да снима и видео и им овозможува на корисниците лесно да се поврзат на интернет за да ги дистрибуираат сликите. Како резултат на тоа, сè повеќе луѓе в џеб носат технологија со која може брзо да направат видеоснимка од настаните што се случуваат околу нив и директно да ги споделат со луѓето што можеби се заинтересирани, но и пошироко преку социјалните мрежи.

Втората поврзана појава е социјалниот интернет. Кога Центарот за кориснички содржини на Би-би-си почна со работа на почетокот на 2005 година, се потпираше на луѓето што праќаа содржини на една централна електронска адреса. Во тој момент, Фејсбук имаше речиси над 5 милиони корисници, не повеќе од една милијарда колку што има денес. Јутјуб и Твитер сè уште не постоеја. Денес, секоја минута од денот на Јутјуб се поставуваат 100 часа нови содржини, се праќаат 250 000 твитови, а на Фејсбук се споделуваат 2,4 милиони единици содржина. Однесувањето на публиката е драматично променето.

Наместо да снимаат нешто и, ако им биде побарано, да го пратат до некоја новинска организација, луѓето го снимаат тоа што го гледаат и го поставуваат на Фејсбук, Јутјуб или на Твитер. Истражувањата покажуваат дека многу мал број припадници на публиката доволно ги разбираат процесите на медиумско известување за да сметаат дека нивните снимки се доволно вредни да ги пратат, без барање, до некоја новинска организација или друг субјект[1]. Во суштина, тие ги поставуваат содржините за да го споделат своето искуство со пријателите и роднините.

Сè почесто, на кој било настан во светот што претставува вест наоѓаме „случајни новинари“, односно луѓе што се нашле на вистинското место во вистинско време со паметен телефон в рака. Ентони де Роса, поранешен уредник за социјални медиуми во „Ројтерс“ и сегашен главен уредник во „Сирка“, вели: „Првата мисла на оние што снимаат обично не е: ’Треба да го споделам ова со голема ТВ-мрежа‘, затоа што не им е гајле за традиционалните телевизиски вести или, што е веројатно, не ни слушнале за нив. Од друга страна, слушнале за интернет и таму решаваат да ја споделат снимката со целиот свет.“

Слично, кога се објавуваат вонредни вести, публиката често поверојатно ќе се сврти кон социјалните мрежи за информации, што значи дека службите за справување со кризи и итните служби и самите ги користат социјалните мрежи. За несреќа, таквите настани

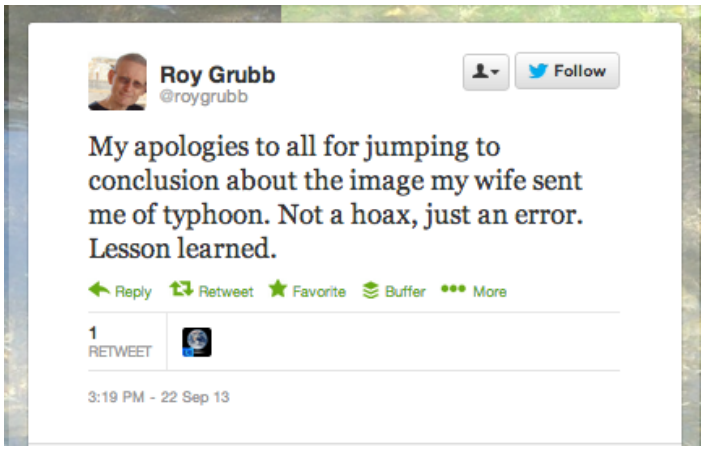
1. Види на следниот линк

и вести овозможуваат циркулација на лажни информации, било да е тоа намерно или случајно, по грешка. Оттаму, новинарите и хуманитарните работници секогаш треба да тргнат од појдовна позиција дека содржината е неточна. Во време на кризи, кога информациите буквално може да значат живот, верификацијата е клучен дел од процесот на собирање вести и дисеминација на информации.

ВАЖНОСТА НА ВЕРИФИКАЦИЈАТА

Можноста секој да може да објавува содржини и да ги означи или да ги опише дека се однесуваат на некој настан прави многу новинари, а особено уредници, да се плашат од веројатноста да бидат измамени или да објават лажни содржини.

Има луѓе што прилично се трудат намерно да ги измамат новинските организации и јавноста преку создавање лажни интернет-страници, измислување кориснички профили на Твитер, фотомонтажа или монтажа на видео. Почесто се случуваат ненамерни грешки. Во обид да помогнат, луѓето често наидуваат на погрешно означени содржини од претходни настани и ги споделуваат. Подолу имате пример на маж што се извинува откако „твитувал“ фотографија што ја добил на електронска пошта од неговата сопруга. Таа му пишала дека на фотографијата е прикажан тајфунот Усаги како се движи кон Хонгконг, а всушност станува збор за стара фотографија од друг настан.



Луѓето што преземаат содржини од Јутјуб и ги поставуваат на сопствените кориснички сметки, тврдејќи дека се нивни, предизвикуваат друг вид проблеми. Ова не е измама – станува збор за она што се нарекува „гребење“ (scrape) – но значи дека треба да вложиме повеќе труд за да пронајдеме изворниот објавувач на таа содржина.

Тешкотиите во пронаоѓањето оригинални снимки беа видливи кога Комитетот за разузнавање на Сенатот на САД (U.S. Senate Intelligence Committee) објави плејлиста со 13 видеа што изворно се појавиле на Јутјуб, а членовите на Комитетот ги користеле за да бараат докази во врска со нападот со хемиско оружје во Источна Гута (Gouta) во Сирија во 2013 година. Неколку од видеата беа преземени од познатиот сириски агрегаторски канал на Јутјуб што редовно преобјавува видеа преземени од други канали. Тоа сугерираше дека видеата на плејлистата не се оригиналните видеа и станува збор за „гребани“ материјали. Со користење повеќе различни техники за верификација, Фелим МекМахон (Felim McMahon) од „Сторифул“ успеа да ги открие оригиналните верзии на видеата. Процесот е опишан овде. Овој пример покажува дека овие прашања веќе не се грижа само на новинарската заедница.

ПРОВЕРКИ ВО ПРОЦЕСОТ НА ВЕРИФИКАЦИЈА

Верификацијата е клучна вештина и може да се врши преку бесплатни алатки на интернет и со користење старомодни новинарски техники. Никаква технологија не може автоматски да верификува некаква корисничка содржина со стопроцентна сигурност. Од друга страна, не се доволни ниту човечкото око или традиционалните истраги. Станува збор за комбинација од двете.

Кога некој новинар или хуманитарен работник ќе наиде на информација или содржина на социјалните медиуми, или некој му пратил таква информација или содржина, треба да се проверат и да се потврдат следниве четири елементи:

1. Потеклото: Дали тоа е оригиналната содржина?
2. Изворот: Кој ја поставил содржината?
3. Датумот: Кога е создадена содржината?
4. Локацијата: Каде е создадена содржината?

1. Потекло: Потврда на автентичноста на содржината

Ако пронајдете содржина на некој профил на социјалните медиуми, треба да направите неколку проверки на профилот за да утврдите дека е вистински.

Ако станува збор за твит, имајте предвид дека веб-страницата lemmetweetthatforyou.com овозможува да се лажира некој твит што потоа може да биде споделен како фотографија на шокантно лесен начин.

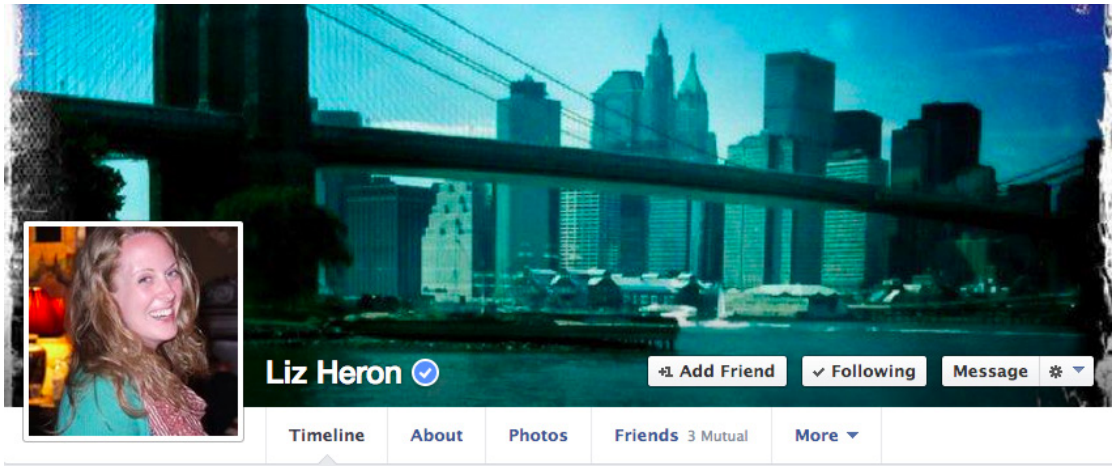
Друг начин на кој луѓето шират лажни информации на Твитер е со нивно претставување како ретвитови. На пример: „Really? RT@JoeBiden I'm announcing my retirement from politics." („Вистина? RT@JoeBiden Најавувам повлекување од политиката.") Така изгледа како едноставно да ретвитувате некој оригинален твит.

Фалсификаторите често го додаваат синиот знак за верификација на Твитер на профилната фотографија на фалсификувана корисничка сметка за да изгледа легитимно. За да проверите дали некоја сметка вистински е верификувана, само поместете го глувчето над синиот знак за „штиклирање" и ќе се појави текстот „verified account" (верификувана сметка). Ако го нема таквиот текст, сметката не е верификувана.

Фејсбук воведе слична програма за верификација, преку истиот систем со син знак за штиклирање, за славни личности, новинари и владини службеници. Верификуваните знаци за штиклирање може да се појават на страници на Фејсбук исто како и на лични профили. (Како кај Твитер, и Фејсбук управува со програмата за верификација и одлучува кои барања за верификација ќе бидат прифатени.) На страниците на Фејсбук, како што е таа на Јусејн Болт прикажана подолу, знакот за штиклирање се појавува под главната фотографија, веднаш до името на личноста.



На личните профили, знакот за штиклирање е поставен на главната фотографија. Подолу е профилот на Лиз Херон (Liz Heron), уредник за нови медиуми во „Волстрит Журнал“ (The Wall Street Journal):



Треба да се забележи дека, како и на Твитер, луѓе знаат да додадат знаци за штиклирање на главните фотографии во Фотошоп (Photoshop). Значи, исто како на Твитер, ако го поместите глувчето над синиот знак за штиклирање, ќе се појави текстот „verified profile“.

Но, исто како кај Твитер, треба да запомниме дека процесот на верификација е далеку од транспарентен, па кај помалку познатите лица може да биде нејасно дали некоја неверификувана сметка е лажна или, едноставно, не се доволно познати и славни за да биде верификувана!

Но, дури и со таквите официјални програми на верификација, не постои брз начин за проверка дали некоја корисничка сметка е вистинска, освен педантните проверки на сите детали достапни на сметката. Треба да се прегледаат поврзаните интернет-страници, локацијата, претходно објавените фотографии и видеа, претходните ажурирања на статусот или претходните твитови. Кои им се пријателите или следбениците. Кого го следат тие. Дали се појавуваат на листите на некој друг.

Ако гледате некоја мултимедијална содржина, како што е фотографија или видео, едно од првите прашања што треба да ги поставите е дали тоа е оригинална снимка или фотографија. Со алатките за реверзибилно пребарување фотографии, како што се „ТинАј“ (TinEye) или „Гугл имиџис“ (Google Images)[2], може да видите дали таа фотографија и претходно била поставена на интернет. (Повеќе детали за начинот на користење на тие алатки имате во Глава 4 од овој Прирачник.)

Иако намерните измами се ретки, сепак се случуваат. Во минатите неколку години имавме релативно бенигни видеоизмами продуцирани од компании за односи со јавноста што бараат публицитет, како и од студенти за семинарски работи. Имаше и обиди за намерно креирање лажни содржини, особено во Сирија и во Египет, каде што дискредитацијата на „непријателите“ може да се постигне со содржини што изгледаат пристојно и се споделени преку каналите на социјалните медиуми.

Техниките што се користат вклучуваат создавање лажни, но по изглед идентични веб-страници на кои се презема одговорноста за бомбашки напад или инсценирање некој ужасен инцидент со цел потоа за него да се обвини другата страна. Денес е релативно лесно да се манипулира, па без оглед дали сте Ненси Пелоси (Nancy Pelosi), која се обидува да креира фотографија на сите претставнички на Конгресот, дури и кога некои од нив доцнат на снимањето, или сириска активистичка група што споделува видео на кое изгледа како човек да е закопан жив, секој новинар или хуманитарен работник треба да започне од претпоставката дека корисничката содржина пред него или пред неа е лажна. (Повеќе детали за верификацијата на видеоматеријали че најдете во Глава 5 од овој прирачник.)

2. Новинарот секогаш треба да се обиде се пребарување на двете алатки. Понекогаш се случува да добиете резултат само на едната од нив, не и на двете.

2. Потврда на изворот

Кога се обидуваме да верификуваме кориснички содржини, конечната цел е идентификација на оригиналниот објавувач на содржината и воспоставување контакт со него.

Во таа конверзација, клучните прашања вклучуваат откривање каде точно некој стоел кога ја направил снимката, што можел да види, како и видот на камера што била користена за снимање. (Овие прашања ги обезбедуваат основните податоци што се потребни за да се одговори на клучното прашање на Стив Батри од претходната глава: „Од каде го знаете тоа?“)

Ако некој се обидува да проследува лажни информации, без оглед дали тоа е или не е намерно, поставувањето директни прашања често резултира со признание дека тој, всушност, и не ја направил снимката. Дополнително, можно е да се направи вкрстување на одговорите на некои од прашањата со достапните информации преку преглед на EXIF-податоците на фотографијата или, пак, споредба на видеото со специфична локација преку „Гугл стрит вју“ (Google Street View), постапки што подетално ги обработуваме во следните поглавја.

Но, прво треба да го пронајдете лицето што е одговорно за поставувањето на содржината. Истражувањето на историјата на некој што поставил содржини може да ги имитира карактеристиките на старата добра полициска истрага и, можеби, да направи да се почувствувате повеќе како демнач, отколку како новинар или истражувач.

Некои луѓе наведуваат голем број информации на своите социјални профили, а вистинското име (особено име што не е особено често) може да обезбеди богатство информации. Како што луѓето поминуваат сè поголем дел од своите животи на социјалните мрежи, тие често не се свесни за начините на кои може да се комбинираат трагите за да се состави обемно досие со информации. Профил на Јутјуб со малку наведени лични информации, но кој вклучува адреса на интернет-страница може да го одведе новинарот до адресата на живеење, електронската адреса и личниот телефонски број преку пребарување „who.is“.

3. Потврдување на датумот на кој се случил настанот

Верификувањето на датумот на создавање некое видео може да биде еден од најтешките елементи на верификацијата. Некои активисти, свесни за тој факт, на снимката ќе вклучат и дневен весник од тој ден, при што датумот е јасно видлив кога го споделуваат видеото. Се разбира, тоа не е целосно сигурен метод, но ако тој што поставил содржина стане познат и ја добие довербата на организациите, медиумски или хуманитарни, тоа е дополнителна корисна информација.

Имајте предвид дека Јутјуб на своите видеа ги обележува времето и датумот според временската зона „Стандардно пацифичко време“ (Pacific Standard Time). Тоа понекогаш значи дека може да изгледа дека видеото било поставено и пред да се случи настанот што е прикажан на него.

Друг начин што може да помогне да се потврди датумот е со користење информации за времето. „Волфрам Алфа“ (Wolfram Alpha) е машина за машинско учење што, ме-

ѓу другото, овозможува да проверите какво било времето на некој датум. (Едноставно, внесете фраза како, на пример, „Какво беше времето во Каракас на 24 септември 2013 година“ за да добиете резултат.) Одговорот може да го комбинирате со твитови и податоци од локалните метеоролози, како и други снимки поставени од таа локација истиот ден за да направите вкрстена споредба на времето.

4. Потврда на локацијата

Само мал процент од содржините имаат автоматска геолокација, но платформите за мапирање – „Гугл Мапс“ (Google Maps), „Гугл ерт“ (Google Earth), „Викимапија“ (Wikimapia) – се првите проверки што треба да се направат при проверката на видео и фотографии, и неверојатно е што сè може да биде лоцирано[3]. Геолокацијата, сепак, секогаш е многу потешка кога фотографијата е постара, на пример, во Сирија, кога се работи за штетата од експлозии и бомбардирање, или на Лонг Ајленд (Long Island) по ураганот Сенди (Hurricane Sandy).

Активистите што се свесни за проблемите на верификацијата, често, кога снимаат нешто, прават широк кадар или го поместуваат кадарот нагоре за да идентификуваат некоја зграда што може да биде лоцирана на мапа, било да се работи за висока кула, минаре или катедрала, или, пак, патоказ. Таквата практика делумно е резултат на фактот што новинските организации бараат од активистичките групи да го прават тоа, а, исто така, и затоа што активистите меѓу себе ги споделуваат најдобрите практики за поставување кориснички содржини.

ВЕРИФИКАЦИЈАТА КАКО ПРОЦЕС

За несреќа, луѓето често гледаат на верификацијата како на едноставен „да“/„не“ процес: нешто или е верификувано или не е.

Во практиката, како што опишавме погоре, а ќе опишеме и во следните поглавја, верификацијата е процес. Релативно ретко се случува сите проверки да дадат јасни и недвосмислени резултати. Поради тоа, на уредниците останува да одлучат дали ќе искористат некаква содржина што е добиена од сведоци на настаните.

Две скорашни академски студии спроведоа содржинска анализа на емисиите на Би-би-си и на Ал Џезира на арапски (Al Jazeera Arabic). Студиите утврдија дека, иако редакциите ги спроведуваат проверките за верификација и ги сметаат за апсолутно нужни, резултатите од проверките ретко се споделуваат со публиката.

3. Видете го постот за геолоцирање на експлозија на тенк во Сирија на следниот линк

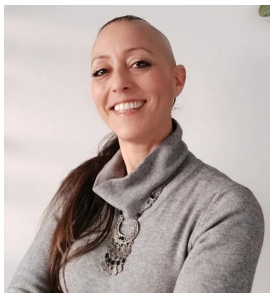
Како што Џулиет Харкин (Juliette Harkin) заклучува во нејзината студија од 2012 година, „ниту Би-би-си на арапски, ниту Ал Џезира на арапски во ниту една од програмите или видеопакетите што беа оценувани не наведоа изречно дали изворите биле верификувани или веродостојни. Вообичаената забелешка при емитување во живо 'оваа снимка не можеше да биде верификувана' отсуствува во сите содржини оценувани во рамките на оваа студија".

Во последно време се појавуваат напори за зголемување на транспарентноста на проверките за верификација што новинарите ги вршат кога некоја новинска организација користи кориснички содржини. И АП и Би-би-си работат на тоа да ги направат појасни своите процеси за верификација. Во август 2013 година, Би-би-си објави дека, по една сеопфатна студија на користењето кориснички содржини за време на Арапската пролет, „Би-би-си прифати нов речник за сите кориснички снимки за кои не била можна независна верификација", дозволувајќи ѝ на публиката да го знае тоа што го знае Би-би-си.

Голема е веројатноста дека во следните неколку години ќе се појави нова граматика на верификацијата *и дека публиката ќе очекува да ѝ биде кажано што се знае, а што не се знае за некоја корисничка содржина преземена од социјалните медиуми. Во ситуација кога публиката може и самата да ги види истите снимки, како и новинските организации и другите субјекти што собираат материјал од толпите, неопходно е такво ниво на транспарентност и отчетност.*

Студија на случај 3.1: Мониторинг и верификација за време на парламентарните избори во Украина

Анахи Ајала Јакучи



Анахи Ајала Јакучи (Anahi Ayala Iacucci) е виш советник за иновации во Центарот за иновации и учење на „Интерњуз“ (Internews Center for Innovation & Learning) и на Проектот за хуманитарни медиуми на „Интерњуз“ (Internews Humanitarian Media Project). Последниве четири години таа работи на примената на технологијата и иновациите во хуманитарни кризи, развој на медиуми, префенција на конфликти и заштита на човековите права ширум светот, за организации како што се Светската банка, ОН, НДИ (National Democratic Institute – NDI) и „Фридом хаус“ (Freedom House), меѓу другите. Блогира на anahiayala. com и твитува на @anahi ayala

Студија на случај 3.1: Мониторинг и верификација за време на парламентарните избори во Украина

Анахи Ајала Јакучи

За време на парламентарните избори во Украина есента 2012 година, „Интерњуз Јукреин“ (Internews Ukraine), локална НВО поддржана од глобалната непрофитна медиумска организација „Интерњуз“, спроведе проект за следење на изборите наречен Elect.UA. Организацијата користеше мешавина од „краудсорсинг“, мобилни телефони, социјални медиуми, професионално следење избори и мониторинг на медиуми за следење на изборната кампања и можните прекршувања на правилата или манипулација со резултатите.

Проектот беше изграден врз релативно сложена структура: 36 новинари распоредени ширум земјата известуваа за текот на изборната кампања и на денот на изборите. Истовремено, вработени од три различни организации за мониторинг поднесуваа извештаи за истата платформа преку СМС-пораки, онлајн формулари или преку електронска пошта. Elect.UA ги повика и Украинците да известуваат за своите искуства поврзани со изборите преку социјални медиуми (Твитер и Фејсбук), мобилна технологија (СМС-пораки и специјален телефонски број), апликација за паметни телефони, онлајн формулар или електронска пошта.

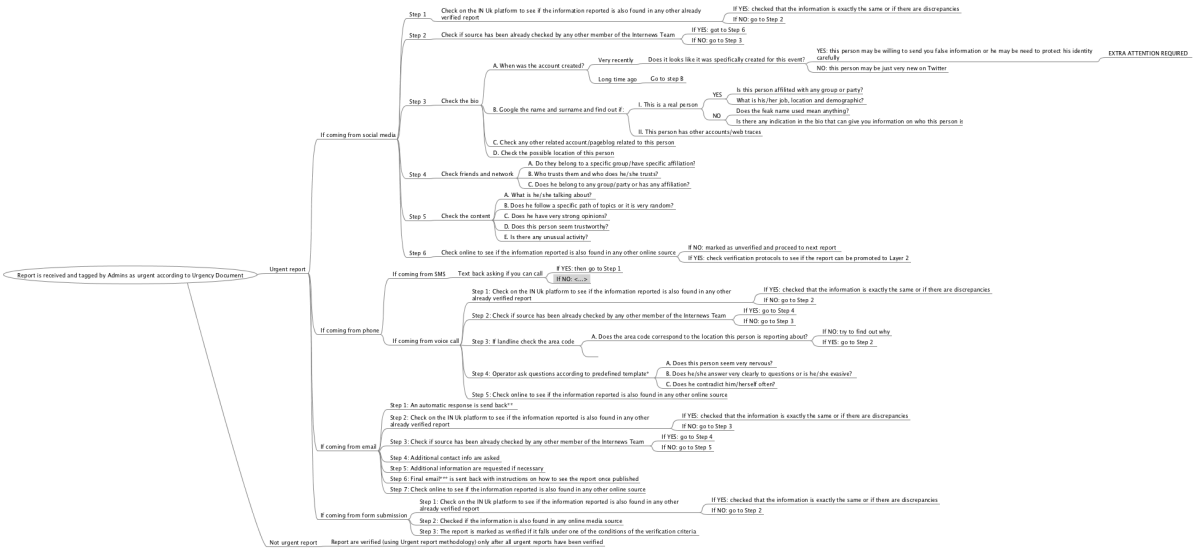


Сите информации што доаѓаа од новинари и изборни лица за мониторинг обучени од „Интерњуз“, автоматски беа означени како верификувани, додека, пак, пораките од граѓаните беа одобрувани од тим составен од 16 администратори во Киев.

За пораките од граѓаните, тимот за администрација воспостави протокол за верификација врз основа на изворот на информациите: мобилна технологија, социјални медиуми, онлајн формулар или електронска пошта.

За секој од изворите, тимот требаше да ги верификува праќачот на информацијата (доколку е можно), содржината и контекстот на информацијата. За секоја одделна компонента, тимот исто така се обидуваше да утврди дали нешто може да биде 100 проценти верификувано или само делумно верификувано.

Дијаграмот даден подолу (и достапен детално на седниот линк) го покажува моделот на дрво на одлучување што администраторите го користеа во верификацискиот процес за информациите што доаѓаа преку социјалните медиуми.



Првиот чекор беше онлајн пребарување на информацијата и нејзиниот извор со цел да се идентификуваат сите можни дигитални траги за тоа лице и таа содржинска единица. (На пример, ги прегледувавме сметките на други социјални медиуми, спомнувања во медиумски статии, информации за образованието, социјалните врски, итн.) Пребарувањето требаше да утврди дали лицето е веродостоен извор и дали постојат траги од информации што тоа лице ги обезбедило на друго место на интернет.

Вториот чекор беше користење на собраните информации за правење профил на лицето, како и профил на содржините што ги доставило. За секое од петте новинарски прашања – кој, што, кога, каде и зошто – администраторите требаше внимателно да одлучат што можат, а што не можат да докажат.

Протоколот за верификација на изворите на мултимедијалните содржини беше ист, но за содржината имавме различна постапка. Фотографиите и видеата беа верификувани со преглед за сите физички објекти и пејзажот што може да се идентификуваат, како и со анализа на аудиоматеријалот (преслушување за да се идентификуваат јазикот, дијалектите, жаргонските изрази, заднинскиот шум, итн.), облеката и светлото (вештачко или природно), меѓу другите елементи на содржината.

Ако некоја информација не можеше да биде верификувана со доволен степен на сигурност, извештајот беше враќан кај лицето за мониторинг или кај новинарот на терен заради лична верификација во реално време.

На пример, на 28 септември 2012 година, Elect.UA прими анонимна порака преку нивната интернет-страница дека кандидатот за пратеник Леонид Даценко (Leonid Datsenko) бил поканет на разговор од непознато лице и бил заплашуван за да го принудат да се повлече од изборите.

Следниот ден, администраторите на платформата пронајдоа статија во веродостоен медиумски извор што вклучуваше и запис на тој разговор. Сè уште го задржувавме извештајот за верификација, и тогаш, на 1 октомври, локалните новинари го објавија инцидентот на конференција за печатените медиуми. Локалните новинари на Elect.UA, исто така, направија интервјуа со претставници на локалните органи за безбедност, кои потврдија дека случката е вистинита.
Сè на сè, тимот на Elect.UA успеа да верификува неверојатен број информации со користење на протоколите, а забележаа и дека, како што администраторите подобро се запознаваат со процесот на верификација, можеа побрзо да ја завршат работата. Овој пример потврдува дека верификацијата на кориснички содржини е вештина што може да се систематизира и да се научи, а тоа води кон ефикасни, веродостојни резултати.

ГЛАВА 4:
ВЕРИФИКАЦИЈА НА ФОТОГРАФИИ

Трушар Баро

Една моќна фотографија може да ја одреди целата приказна.

Тоа, секако, беше случај во Центарот за социјални медиуми и кориснички содржини на Би-би-си Њуз на почетокот на јули 2005 година. Измина една недела од основањето на почетниот тим, чија задача беше да помогне во анализата на содржините што претставници на публиката ги праќаа до Би-би-би Њуз и да помогне најдобрите од нив да бидат прикажани и емитувани на телевизија, радио или на интернет.

И тогаш, на 7 јули се случи бомбашкиот напад во Лондон.

Тоа утро, додека Би-би-си и другите информативни организации известуваа за струен удар во Лондонското метро (London Underground), тимот за кориснички содржини почна да гледа како се развива сосема различна приказна од содржините пратени до Би-би-си Њуз од гледачите и од слушателите.



Фотографија: Александер Чадвик (Alexander Chadwick)

На сликата е прикажана една од првите фотографии што беа пратени до тимот. Пред да биде објавена, таа беше детално прегледана и беше контактиран праќачот за да ја потврди неговата приказна и деталите за она што го видел. Иако тоа не беше планирано, така фотографијата стана дел од еден од првите примери за верификација на кориснички слика што оттогаш стана стандардна практика во целата индустрија.

Таа фотографија, и други слични на неа, ги прикажува стравот и хаосот во Лондон во моментите непосредно по нападите. Како резултат на тоа, таа обезбеди брза промена на начинот на кој беше известувано за настанот. Тоа беше прв значаен пример на кориснички содржини што се покажале како клучни или му помогнале на Би-би-си Њуз поточно, подобро и побрзо да раскаже голема приказна.

Денес, тимот за кориснички содржини е вклучен во срцето на редакцијата на Би-би-си. Дваесеттемина новинари во тимот работат на телевизиските, радиските, онлајн и платформите на социјалните медиуми и создаваат содржини што потекнуваат од публиката на Би-би-си или, генерално, од интернет.

Верификацијата е клучот за успехот на она што го создава тимот за кориснички содржини. Од 2005 година наваму, технологијата е значително напредната и донесе експоненцијален раст во користењето на социјалните мрежи и можностите на мобилните телефони. Тие промени се од огромна корист за нашите процеси за собирање вести, особено во случај на вонредни вести и важни настани, но, тие промени носат и големи предизвици.

Било да станува збор за глобална новинска организација, како што е Би-би-си, која ужива голема доверба кај публиката, или за хуманитарен работник на терен, потребата брзо да се соберат и да се рашират клучните слики за некоја голема и значајна приказна треба да биде во рамнотежа со потребата да се осигуриме дека сликите се веродостојни и вистински. Исто така, треба да се осигуриме дека сме ги побарале сите соодветни дозволи за користење на материјалите и дека ќе се почитува авторското право.

Од тој ден во 2005 година, тимот за кориснички содржини разви многубројни приоди што го олеснуваат тој процес. Иако технологијата ќе продолжи да се менува – заедно со неа и алатките што ги користиме – основните принципи на верификацијата на фотографии остануваат исти:

1. Утврдување на авторот на фотографијата или од кого е добиена;
2. Потврда за локацијата, датумот и приближното време кога е снимена фотографијата;
3. Потврда дека на фотографијата е прикажано тоа што го пишува или што е сугерирано во легендата;
4. Добивање дозвола од авторот за користење на фотографијата.

Да ги разгледаме одделно и детално сите овие точки.

1. Утврдување на авторот на сликата или од кого е добиена

Очигледниот – и обично најдобриот – начин да го сторите тоа е да го контактирате лицето што ја поставило содржината и директно да го прашате дали тоа навистина ја снимило фотографијата.

Контактирањето на лицето ја поставило фотографијата преку неговиот профил на социјална мрежа или електронска адреса преку која е доставена фотографијата е првиот чекор. Сепак, исто толку значајно е да се обидете да потврдите колку што е можно повеќе информации за идентитетот на лицето што ја поставило фотографијата. Таквите детали може да помогнат во утврдувањето дали тоа лице е вистинскиот извор на фотографијата.

Како што беше спомнато во претходното поглавје, во многу случаи луѓето се обидуваат да помогнат со тоа што ќе преобјават фотографии што ги виделе на друго место. Тоа често им се случува на новинските организации – добронамерни граѓани праќаат фотографии за да помогнат во пренесувањето некоја сторија. Едноставното прашање до праќачот за да потврди дали фотографијата е или не е негова може да заштеди многу време во процесот на верификација.

Ако пронаоѓањето на изворот на некоја фотографија започнува со лицето што ја поставило на интернет, тоа често завршува со друго лице – она што всушност ја снимило фотографијата.

Како што посочивме во едно од претходните поглавја, значаен чекор е да искористиме некој сервис, како што е реверзибилното пребарување фотографии на Гугл (Google Reverse Image Search) или „ТинАј“ (TinEye). Внесете ја интернет-адресата на фотографијата или копија од фотографијата во некоја од тие алатки и тие ќе направат преглед на интернет за да пронајдат дали има некакви совпаѓања. Ако се појават неколку врски до истата фотографија, кликнете на „view other sizes“ (погледнете други големини) за да истражите понатаму.

Обично, фотографијата со највисока резолуција/големина би требало да ве одведе до оригиналниот извор. (На „Гугл Имиџис“, резолуцијата за секоја фотографија е наведена веднаш до фотографијата.) Тогаш може да споредите дали изворот изгледа автентичен со фотографијата што ја имате.

Многу често, кога се објавуваат вонредни настани и вести, нема да постојат фотографии од специфични лица што ви се потребни за да ја илустрирате сторијата (особено ако настаните вклучуваат обични граѓани). Алтернативно, можеби ќе треба да потврдите дека на фотографијата на која е прикажано некое лице навистина е тоа лице, а не некој со исто име и презиме.

Открив дека Pipl.com е од особено голема помош во такви случаи, затоа што овозможува вкрстено пребарување имиња, кориснички имиња, адреси на електронска пошта, телефонски броеви и онлајн профили на луѓе. За меѓународни пребарувања, дополнителен ресурс што може да ви биде до помош е „ВебМи“ (WebMii). ЛинкдИн (LinkedIn), исто така, се покажа како добар начин за верификација на индивидуални лица и често нуди дополнителни насоки за нивно следење (преку компаниите/организациите со кои се поврзани во моментот или со кои претходно биле поврзани).

2. Потврда за локацијата, датумот и приближното време кога е снимена фотографијата

Постојат неколку корисни новинарски и технички начини за утврдување информации, како што се датумот, локацијата и други значајни детали за некој настан. Основен начин на собирање на тие информации е тоа да го направите додека разговарате со креаторот/лицето што ја поставило фотографијата. Следните пет прашања му се опираат на забот на времето и остануваат клучни:

- Кои се тие?
- Каде се наоѓаат?
- Кога стигнале таму каде што се?
- Што може да видат (и што прикажува нивната фотографија)?
- Зошто се таму?

Значаен аспект што треба да се има предвид е: Ако фотографијата е од некоја опасна локација, секогаш проверете дали лицето може безбедно да разговара со вас, без да се доведе во опасност. Исто така, внимавајте дали деталите за него или неговите фотографии што ќе ги објавите може да го откријат неговиот идентитет.

Искуството на Би-би-си покажува дека луѓето што навистина биле на самото место даваат визуелно описни одговори, често опишувајќи ги деталите во сегашно време. („Се наоѓам на средина од улицата X; го гледам тоа и тоа.“) Колку одговорот е понеодреден, толку повнимателни треба да бидете за тоа што ви го кажува изворот.

Друга корисна техника е да побарате од лицето да ви прати и други фотографии снимени во тој момент. Многу ретко се случува некој да направи само една фотографија во ситуација што може да биде вест. Ако располагате со повеќе од една фотографија, тоа ќе ви помогне да дознаете повеќе во однос на тоа како се одвивал настанот за кој известувате.

Откако ќе го добиете сведоштвото од изворот за тоа како настанала фотографијата, поработете на дополнителна потврда на информацијата. Постојат два основни метода за истражување на содржината на фотографијата и триангулација со тоа што ви го кажал изворот.

Прво, проверете дали фотографијата има некакви „метаподатоци“ (metadata). Во случајот со дигитални фотографии, метаподатоците се нарекуваат и „EXIF-податоци“, а се однесуваат на информации што се вградени во фотографијата. Ако станува збор за оригинална снимка, огромна е веројатноста дека, меѓу другото, ќе видите информации за моделот на камерата со која е снимена, ознака за времето кога е снимена (сепак, внимавајте – таквата ознака може да биде фабричка поставка од производителот или да се однесува на друга временска зона), како и димензиите на оригиналната фотографија. EXIF-податоците може да ги прегледате со помош на софтвер, како што е Фотошоп (проверете во информациите за документот – „file information“), или да генерирате EXIF-извештај со бесплатни онлајн алатки, како што е Fotoforensics.com или Findexif.com.

Внесете ја фотографијата, и читачот на EXIF-податоци ќе ви ги прикаже сите информации што се содржани во фотографијата. Дел од информациите се корисни за оние што имаат

поголеми технички познавања во областа на дигиталната фотографија. Но, за просечен човек, податоците како што е датумот на кој е снимена фотографијата или моделот на камера со која е снимена фотографијата може, понекогаш, да разоткријат лажен извор.

Едно важно предупредување: Повеќето социјални медиуми со фотографии, како што се Твитер, Фејсбук и Инстаграм, отстрануваат најголем дел, ако не и сите, од оригиналните метаподатоци од фотографиите кога се поставуваат на нивните платформи. (По сè изгледа дека Фликр (Flickr) е исклучок и не применува таква практика).

Второ, направете вкрстена проверка на фотографијата со други извори. Разбудете го детективот во себе со детално прегледување на фотографијата. Често ќе има знаци што ќе ви помогнат за да ги потврдите локацијата и времето на снимање:

- Регистарски ознаки на возила;
- Временските услови;
- Познати објекти;
- Видот на облеката што ја носат луѓето;
- Знаци и натписи;
- Дали на фотографијата има продавница или зграда што може да ја идентификувате;
- Каков е теренот/околината прикажана на фотографијата.

3. Потврда дека на фотографијата е прикажано тоа што го пишува или што е сугерирано во легендата

Фотографијата може да биде автентична, но неточно означена. На пример, за време на ураганот Сенди, фотографијата дадена подолу се рашири на Твитер, со опис дека станува збор за фотографија на тројца војници што чуваат стража на Гробот на незнајниот војник за време на бурата.



Фотографијата беше точна во тоа што таа навистина прикажува војници пред Гробот. Но, фотографијата беше снимена еден месец претходно, а не за време на ураганот Сенди. Фотографијата беше поставена на Фејсбук, на профилот на Првата армиска дивизија Исток (First Army Division East).

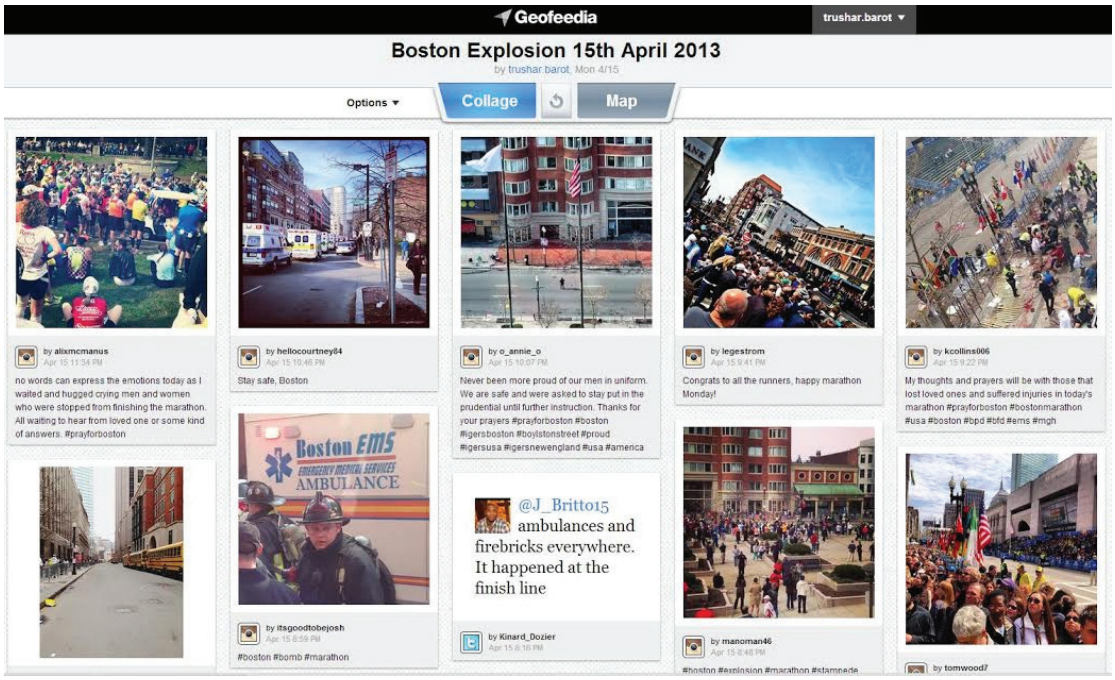
Како дел од постапката за верификација на датумот, точното време и приближната локација на која е снимена една фотографија, важно е и да потврдите дека фотографијата е тоа што покажува дека е. Автентична фотографија може да биде поставена во лажен контекст.

Како помош при утврдувањето на локацијата, користете „Гугл Мапс“ (Google Maps), „Бинг Мапс“ (Bing Maps) или „Викимапија“ (Wikimapia). Фотографиите добиени од креатори на граѓански содржини сè почесто се „означуваат“ на некој од овие сервиси и може да обезбедат насоки за понатамошно следење, како и различни агли на гледање на локациите што ги истражувате. (Повеќе информации за користењето на овие сервиси за мапирање при верификацијата имате во Глава 5: Верификација на видео.)

Користете ги интернет-страниците за временска прогноза што може да ви обезбедат точни извештаи за временската состојба на локацијата и датумот, кои ви се потребни за да потврдите дека времето на фотографијата се совпаѓа со извештаите. Како што спомнавме во претходното поглавје, „Волфрам Алфа“ (Wolfram Alpha) е мошне добра алатка за пребарување извештаи за временската состојба на одредено место во одредено време.

Ако на фотографијата е прикажан некаков натпис (на пр. знак) на друг јазик, преведете го со помош на „Гугл транслејт“ (Google Translate) за да добиете уште една трага што ќе ви помогне да ја утврдите локацијата. Алатката за оптичко читање карактери и букви free-ocr.com, исто така, може да ви помогне ако сакате да извлечете текст од некоја фотографија, кој потоа може да го процесирате во онлајн преведувач.

Сервисите за лоцирање на социјалните медиуми, како што се „Геофидија“ (Geofeedia) и „Бан.џо“ (Ban.jo), исто така, може да помогнат во утврдувањето на локацијата од која е поставена некоја фотографија. Тие сервиси користат ГПС-податоци од мобилниот уред преку кој е поставена фотографијата. Иако во моментов покриваат само мал дел од содржините на социјалните медиуми поставени од дадена локација, сепак претставуваат корисен почетен филтер. Сликата прикажана долу нуди примери за некои фотографии опфатени со „Геофидија“ веднаш по експлозијата на бомба на Бостонскиот маратон.



Покрај наведените алатки и техники, кај фотографиите е корисно да се провери дали слични фотографии се дистрибуирани од официјални новински организации или агенции и дали на социјалните медиуми и други поставиле некои фотографии од таа локација. Ако прикажуваат слична сцена снимена од друг агол, тоа исто така ќе помогне во утврдувањето на кредибилитетот на фотографијата.

Конечно, кога станува збор за навистина голема приказна, вреди да се провери дали особено впечатлива фотографија до која сте дошле се појавила на „Сноупс“ (Snopes), интернет-страница специјализирана за раскринкување урбани легенди и дезинформации на интернет.

4. Добивање дозвола од авторот за користење на фотографијата

Секогаш е најдобро да се побара дозвола од носителот на авторското право на фотографиите. Дополнително, законите за авторското право во многу држави се јасни – авторот може да бара надоместок на штета ако не е побарана или не е добиена дозвола за користење.

Условите за користење на авторското право на содржините што се поставени на социјалните медиуми се разликуваат на различни сервиси. Некои, како што е Фликр, покрај фотографијата јасно наведуваат дали фотографот ги задржал сите права или дозволува користење под условите на некоја од лиценците од „Криејтив комонс“ (Creative Commons). (Добра идеја е да се запознаете со лиценците од „Криејтив комонс“ (Creative Commons licenses) за да знаете како се разликуваат една од друга.)

Кога барате дозвола, имајте предвид неколку значајни детали:

- Бидете јасни која фотографија, или фотографии сакате да ги искористите;
- Објаснете како ќе ја користите фотографијата (или фотографиите);
- Разјаснете со фотографот како сака да биде наведено неговото авторство (име, презиме, итн., имајќи предвид дека во некои случаи, авторот можеби ќе сака да остане анонимен).

Најважно од сè е да запомните дека ако сте ги поминале сите горенаведени проверки и процеси, а сè уште имате некаков сомнеж – не користете ја таа фотографија!

Студија на случај 4.1: Верификување бизарна топка за плажа за време на бура

Филипа Ло и Керолајн Бенок





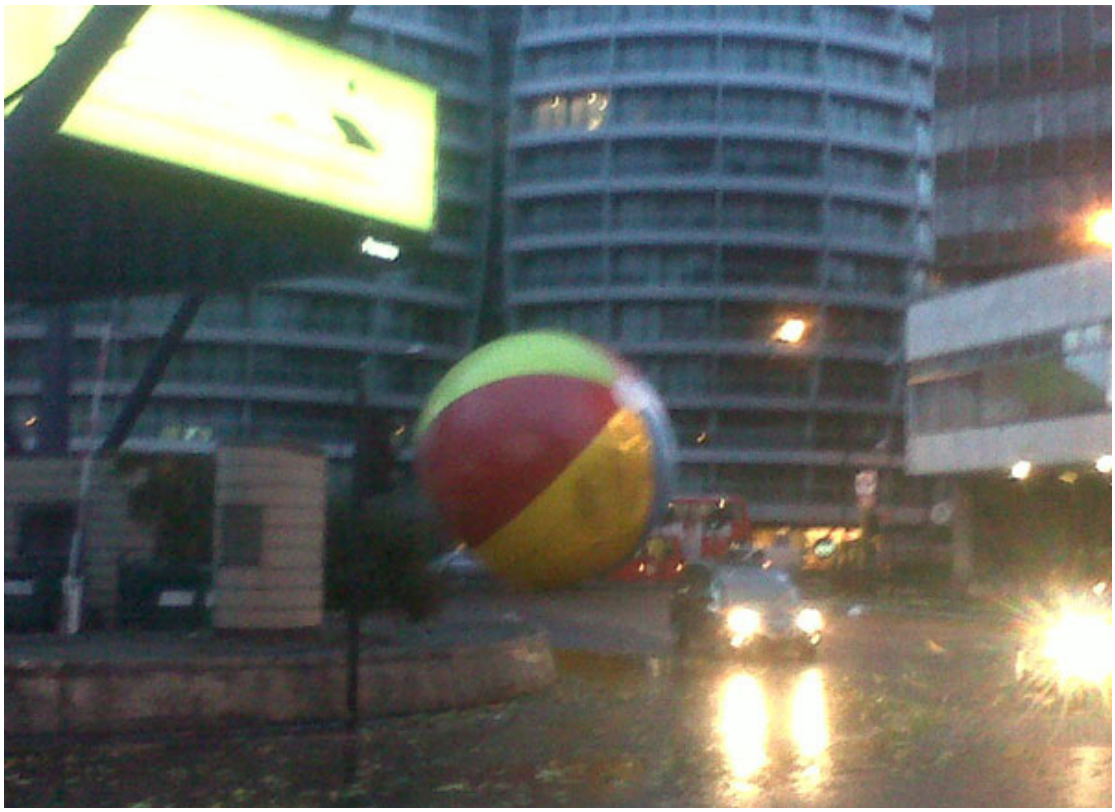
Филипа Ло (Philippa Law) и Керолајн Бенок (Caroline Bannock) ја водат „ГардијанВитнес“ (GuardianWitness), платформата за отворено новинарство на „Гардијан“ на која читателите ги споделуваат своите видеа, фотографии и приказни. Бенок претходно беше виш продуцент на вести и вршител на должноста уредник за надворешна политика на „Ченел 4 Њуз“ (Channel 4 News). Твитува на @carlanine. Ло беше радиски продуцент на Би-би-си и има докторат за учество на публиката во медиумите на малцински јазици. Твитува на @philonski.

Студија на случај 4.1: Верификување бизарна топка за плажа за време на бура

Филипа Ло и Керолајн Бенок

Силни ветрови и дожд предизвикаа поплави и прекини во снабдувањето со електрична енергија на југот на Велика Британија во октомври 2013 година. Тој настан влијаеше врз многу луѓе, па за да го прошириме и да го збогатиме известувањето на „Гардијан“, од нашите читатели побаравме да ги споделат своите фотографии, видеа и сторији за невремето преку нашата платформа за кориснички содржини, „ГардијанВитнес“ (GuardianWitness).

Во материјалите што ги добивме имаше и една бизарна фотографија од нешто што изгледаше како огромна разнобојна топка за плажа, најмалку двапати повисока од двокатен автобус, која без контрола се тркала на кружниот тек на „Олд стрит“ во Лондон. Тоа беше една од оние фотографии што веднаш ве тера да се прашате: „Дали ова е премногу добро за да биде вистинито?“ Бевме сосема свесни дека можеби станува збор за измама.



Почнавме со верификацијата на корисничката фотографија со процесирање во реверзибилното пребарување фотографии на Гугл и „ТинАј“ за да потврдиме дека фотографијата не е зајмена од некоја друга интернет-страница. Корисниците често се обидуваат да ни прикажат некаков настан со праќање фотографии што биле објавени на други новински интернет-страници или биле споделени на Твитер и на Фејсбук. Тоа значи дека реверзибилното пребарување фотографии секогаш е првата проверка што ја правиме.

Во случајот со топката на надувување што се тркала без контрола, Гугл не пронајде ништо, а тоа сугерираше дека фотографијата или е оригинална или е многу скоро снимена и не ја собрала друга новинска организација – барем не сè уште. Добрата содржина многу брзо си го наоѓа патот до објавување!

Најзначајната алатка за верификација што ја имаме е директниот разговор со корисникот. Секој што доставува материјали до „ГардијанВитнес“ (GuardianWitness) мора да ја остави својата електронска адреса, иако не постои гаранција дека тоа е вистинска електронска адреса. Значи, му напишавме порака на корисникот во обид да воспоставиме контакт. Во меѓувреме, продолживме со проверките во процесот на верификација.

Обично верификуваме каде е снимена некоја фотографија преку споредба со фотографии од „Гугл стрит вју“, но, нашиот тим ја знае областа Олд стрит, ја препознавме сцената на фотографијата и сметавме, со разумно ниво на сигурност, дека фотографијата е снимена таму. Иако ја знаеме таа област, никој не се сеќаваше дека видел огромна топка за плажа, па направивме пребарување на интернет за претходни докази за такво нешто. Откривме дека претходно била врзана на врвот од една зграда во непосредното соседство. Тоа откритие значеше дека фотографијата повеќе не изгледаше толку како измама како што се чинеше на прв поглед.

Проверивме на Твитер дали имало спомнувања на топката за плажа тоа утро и можевме да потврдиме дека и други пријавиле оти ја виделе приближно во истото време кога корисникот тврдеше дека ја снимил фотографијата. Пребарувањето на Твитер откри и фотографија снимена подоцна, од друг корисник, кога топката била истушена.

Конечно, корисникот нè контактираше и, во телефонски разговор, успеавме да потврдиме дека тој навистина ја снимил фотографијата.

Откако ги комплетиравме сите тие чекори за да ја верификуваме фотографијата, бевме задоволни што приказната се покажа вистинита. Привлечната фотографија на избеганата топка за плажа во силниот дожд беше објавена на блогот во живо на „Гардијан“ и беше значително споделувана на социјалните медиуми.

Студија на случај 4.2: Верификација на две сомнителни „улични ајкули“ за време на ураганот Сенди

Том Филипс



Том Филипс (Tom Phillips) е искусен колумнист во „Базфид ОК“ (BuzzFeed UK). Претходно работел во британскиот весник „Метро“ (Metro), бил меѓународен уредник во „Ем-ес-ен“ (MSN), а неодамна помогна во основањето на „UsVsTh3m“, експериментален стартап на „Тринити мирор“ (Trinity Mirror), фокусиран на социјалните медиуми. Во слободно време, меѓу другото, го води „Дали Твитер греши?“ (Is Twitter Wrong?), повремен успешен обид за проверка на факти за вирални фотографии и твитови во реално време. Твитува на @flashboy.

Студија на случај 4.2: Верификација на две сомнителни „улични ајкули“ за време на ураганот Сенди

Том Филипс

Кога ураганот Сенди ги погоди Њујорк и Њу Џерси, јас водев блог со наслов „Дали Твитер греши?“, експеримент за проверка на факти за вирални фотографии.

Кога голема природна катастрофа ќе погоди густо населена област со население што интензивно ги користи социјалните мрежи – но и со медиумски компании – еден од резултатите е огромен број фотографии што треба да ги прегледате. Издвојувањето на доброто од лошото наеднаш скокна на врвот на уредувачката агенда.

На неколку особено вирални фотографии беше прикажана ајкула што наводно плива по поплавена улица во Њу Џерси. Се здруживме со Алексис Мадригал (Alexis Madrigal) од магазинот „Атлантикот“ (The Atlantic) за да се обидеме да ги верификуваме тие фотографии.

Еден аспект од фотографиите прикажани подолу е тоа што беа доволно чудни за да ве направат сомничави, а сепак не беа доволно неверојатни за веднаш да ги отфрлите како фотомонтажа. Во крајна линија, тие навистина се покажаа како многу тешки за дефинитивно раскринкување.





Претходно постојните фотографии со погрешно наведување на авторството (веројатно најчестата форма на „лажирање“) често може да се раскринкаат за неколку секунди со реверзибилно пребарување фотографии. А фотографиите од големи настани често може да бидат барем делумно верификувани преку споредба со други фотографии од многу извори што меѓусебно се потврдуваат.

Но, ниту една од тие можности не функционираат кај случајни сведоштва што или се оригинална слика или оригинална измама. (Од сопствено искуство знам дека верификацијата на фотографии што не може да бидат раскринкани/верификувани за неколку минути можно е да одземе многу време.)

На крајот, понекогаш нема замена за долготрајниот приод на верификација на фотографии сосила: Следење на ширењето на фотографијата низ социјалните медиуми од претходно за да се пронајде оригиналот; разгледување на улиците на „Гугл стрит вју“ за да се пронајде приближната локација; и/или прегледување голем број страници со резултати од пребарувања на „Гугл имиџис“ со одредени клучни зборови, барајќи ги можните извори на фотографијата.

Во нашиот случај, пребарувањето на „Гугл имиџис“ ни се исплати – успеавме да ја пронајдеме фотографијата од перка на ајкула „фотошопирана“ во една од фотографиите.



Дури и тогаш не можевме со сигурност да кажеме дека другата фотографија е лажна. На неа имаше сосема друга ајкула.

Нашите обиди да го пронајдеме изворот на двете фотографии со ајкули постојано се судираше со одреден број луѓе што велеа, прилично неодредено, дека се „од Фејсбук“. На крајот успеавме да го пронајдеме човекот што прв ги поставил фотографиите на Фејсбук преку еден „твит“ што нè насочи кон една информативна страница на која беше наведен изворот на фотографиите. (И новинарскиот извештај и постовите на Фејсбук подоцна ги снема од интернет.) Дури ни тоа не помогна целосно, затоа што другите фотографии поставени на профилот на корисникот прикажаа вистинити фотографии од поплавата на истата локација во Бригантин (Brigantine), во сојузната држава Њу Џерси. Тој, исто така,

во одговорите на прашањата од негови пријатели инсистираше дека фотографиите со ајкула се вистински. (Ретроспективно, изгледаше дека првенствено намерата му била да се пошегува со својот круг на пријатели, наместо да го измами целиот интернет.)

Фактот што тој тврдеше дека една несомнена фотомонтажа е вистинска снимка нам ни беше доволен за да ја сместиме и другата фотографија со ајкула во категоријата „речиси сигурно лажна“. Сепак, не знаевме со сигурност дека е така. Дури наредниот ден, откако интернет-страницата за проверка на факти „Сноупс“ успеа да го идентификува изворот, можевме да го тврдиме тоа со стопроцентна сигурност. Долу е прикажана фотографијата од ајкула што беше искористена за создавање на фотомонтажата.



Тоа може да биде најзначајната лекција што ни ја донесе ураганот Сенди: Кога станува збор особено за ситуации што брзо се развиваат, кај верификацијата често не станува збор за тоа да постигнете апсолутна сигурност, туку да го оцените нивото на прифатлива веројатност. Бидете отворени за сопствените несигурности, покажете што сте сработиле и јасно известете ги читателите за вашата процена во однос на тоа колкава е веројатноста за грешка кога носите одлука за веродостојноста на некоја фотографија.

ГЛАВА 5:
ВЕРИФИКАЦИЈА НА ВИДЕО

Малакај Браун



Малакај Браун **(Malachy Browne)** е уредник на вести во „Сторифул“ (Storyful), првата новинска агенција во ерата на социјални медиуми. Со седиште во Даблин и со вработени во Азија и во САД, „Сторифул“ им помага на клиентите да ги откријат, да ги верификуваат и да ги дистрибуираат највредните кориснички содржини на платформите на социјалните медиуми. Пред „Сторифул“, Браун го создаде и го уредуваше Politico.ie, ирска политичка интернет-страница и архива на вести. Од 2006 до 2008 година работел во ирскиот политички магазин „Вилиџ“ (Village) и ја уредувал интернет-страницата на магазинот, Village.ie. Со претходно искуство од работата како компјутерски програмер, Браун верува во иновациите на редакциите и во способноста на технологијата да го зајакне новинарството. Браун потекнува од Бродфорд, округот Лимерик (Broadford, County Limerick), и живее во Даблин. Твитува на @malachybrowne.

Глава 5: Верификација на видео

Малакај Браун

Конвергенцијата на достапни паметни телефони и технологија за снимање (камери), сеприсутниот пристап до интернет и социјалните медиуми во голема мера се одговорни за експлозијата на пренесување вести од граѓаните. Еден нуспроизвод од таа експлозија е огромниот број видеоснимки што се поставуваат и се споделуваат секоја минута и секој час.

Револуцијата на информатичката технологија не е завршена и бројот на кориснички содржини за кои вреди да се известува само ќе продолжи расте. Новинарите сега имаат една нова одговорност – набрзина да ги соберат, да ги верификуваат корисничките содржини и да го обезбедат за себе правото на нивно користење. Традиционалните вредности на истражувањето остануваат применливи, но медиумите, како што е видеото, бараат да се има нов сет на вештини.

На прв поглед, верификацијата на видео од непознати извор на социјалните медиуми може да изгледа застрашувачко. Сепак, не станува збор за астрофизика.

Еве што ви е потребно за да ја завршите задачата: Решеност да ја истражите заднинската приказна на некоја содржина, заедно со здраво ниво на скепса и одредено познавање на многубројните бесплатни алатки што може да ви помогнат да ги утврдите фактите за некое видео. Ова поглавје ќе ви помогне во однос на сите три.

Првото нешто што треба да го знаете за верификацијата на корисничко видео е дека тоа се шири на социјалните медиуми на тој начин што многу е мала веројатноста првата верзија што ќе ја видите да биде оригиналната верзија. Видеата може да се поделат, да се сечат и сечкаат и да се преобјават во различен контекст. Може да исчезнат значајни траги од оригиналното видео. Ваша задача е да ги извадите на виделина фактите што го поддржуваат или го негираат тоа што се прикажува во видеото.

Како и со секоја друга приказна, почнете со основните прашања: Кој, што, кога, каде и зошто. Во тој контекст, метаподатоците поврзани со едно видео може да дадат одговори на некои од тие прашања со детали за оригиналниот извор, датумот и локацијата на снимањето.

Сепак, правилото е дека еден доказ сам по себе не е доволен за верификација на видео – вообичаено треба да се соберат повеќе докази за да се оформи целата слика. Бидете подготвени за напливот на адреналин кога ќе се состави сложувалката.

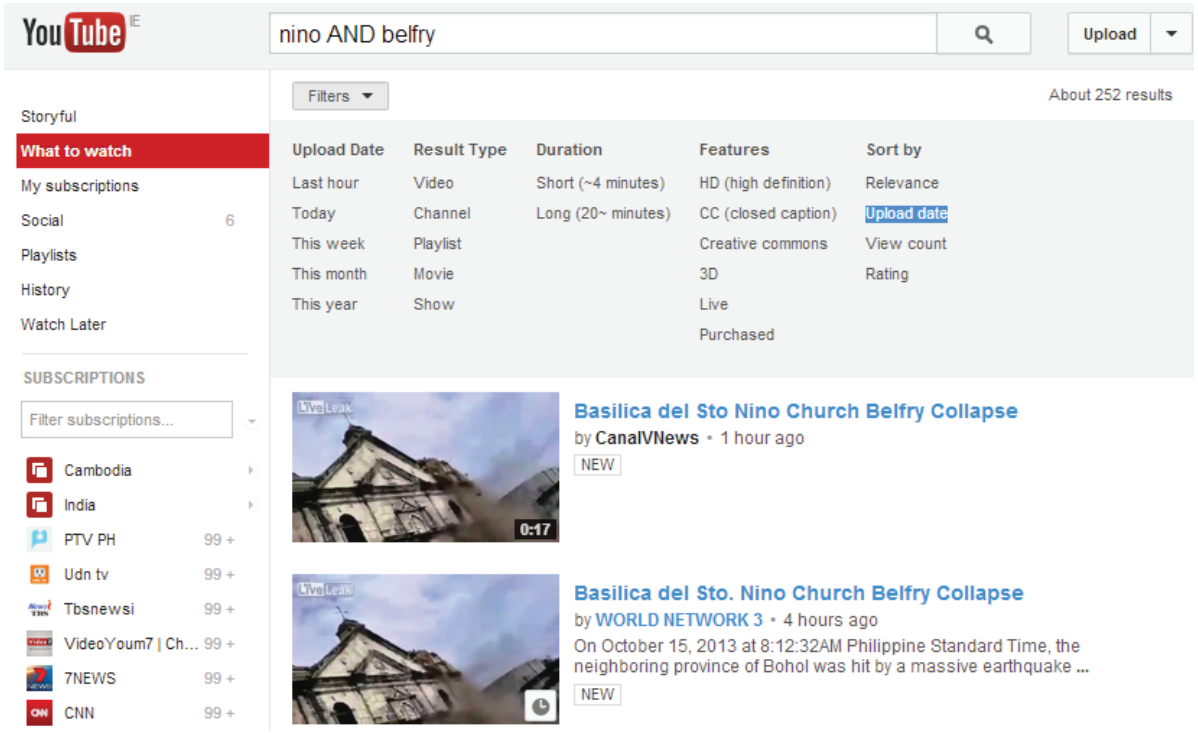
Следува упатство, чекор по чекор, за верификација на видеа преземени од социјални медиуми.

ПОТЕКЛО

Првиот чекор е идентификацијата на потеклото на едно видео. Понекогаш е очигледно дека видеото припаѓа на корисничка сметка на Фејсбук или на Твитер на која сте го откриле. Сепак, како што е детално прикажано во Глава 3, секогаш треба да почнете од претпоставката дека видеото е „изгребано“ или дуплирано.

Мнозинството видеа се проследени со опис, ознака, коментар или некаков текст за идентификација. Од нив извадете корисни клучни зборови за да го започнете пребарувањето. Кратенки, топоними и други заменки обично се добри клучни зборови. Ако описот е на странски јазик, внесете го текстот во „Гугл транслејт“ за да ги нагласите клучните зборови.

Побарајте ги најраните видеа што ги содржат тие клучни зборови филтрирани со датум на објавување со цел хронолошки да ги подредат резултатите. На Јутјуб, менито со филтри (Filters) ќе го пронајдете веднаш под полето за пребарување и таму изберете „Upload Date“ (датум на поставување), како што е прикажано на сликата подолу. Вимео (Vimeo), ЈуКу (YouKu) и други платформи за споделување видео имаат слични филтри. Прегледајте ги резултатите и споредете ги сликичките од видеата за да ја пронајдете најраната верзија (сликичките од оригиналните и „изгребаните“ видеа обично се совпаѓаат).



Друг метод за наоѓање на најраната верзија на едно видео е да извршите пребарување фотографии од сликичката од тоа видео со „Гугл имиџис“ или со „ТинАј“ (како што е прикажано во претходното поглавје). Тоа може да го идентификува првото појавување на сликичките од видеа и фотографиите воопшто. Колку ќе бидат корисни овие алатки зависи од квалитетот на фотографијата, а ќе помогне интензивниот контраст во видеото или особена шема на бои.

Откако ќе го пронајдете изворот на видеото, контактирајте го изворот за да преминете на следниот чекор.

ПОТВРДА НА ИЗВОРОТ

Време е да се истражи изворот на истиот начин на кој би пристапиле до некој потрадиционален извор на информации. Вистина е дека често многу повеќе информации се достапни за онлајн извори отколку за традиционални извори што, на пример, се јавиле по телефон.

Онлајн профилите оставаат дигитална трага што ни овозможува да ја прегледаме нивната историја на активност. Повеќето платформи овозможуваат контакт со оние што ги поставиле содржините, а тоа е чекор од клучно значење. Во крајна линија, она што го бараме е комуникација со оној што ја објавил содржината, за да му поставиме прашања и да се задоволиме со фактот дека тој е оној што го објавил и го снимил видеото.

Следниве прашања се корисни кога ги прегледуваме дигиталните траги на оној што ја поставил содржината:

- Дали сме запознаени со таа корисничка сметка? Дали претходно поставените содржини и извештаи од носителот на таа сметка биле веродостојни?
- Каде е регистрирана сметката?
- Каде е лоциран тој што ја поставил содржината судејќи според историјатот на неговата сметка?
- Дали описите на видеата се конзистентни и главно доаѓаат од една специфична локација? Дали видеата се означени со датум?
- Ако видеата на сметката се означени со некакво лого, дали логото е конзистентно на сите видеа? Дали се совпаѓа со аватарот на сметката на Јутјуб или на Вимео?
- Дали тој што ја поставил содржината „гребе“ видеа од новински организации и од други сметки на Јутјуб или поставува само кориснички содржини?
- Дали тој што ја поставил содржината пишува на сленг или на дијалект што може да се идентификува во нарацијата на видеото?
- Дали видеата на сметката имаат постојан квалитет? (На Јутјуб, влезете во „Settings“ и потоа во „Quality“ за да видите кој е најдобриот достапен квалитет на видеото.)
- Дали описите на видеата наведуваат екстензии, како што се .AVI или .MP4 во насловот? Тоа може да укажува дека видеото е поставено директно од уредот со кој е снимено.
- Дали во описот на видеото поставено на Јутјуб пишува: „Uploaded via YouTube Capture“? Тоа може да укажува дека видеото е снимено со паметен телефон.

Собирањето на одговорите на овие прашања помага да добиете претстава за изворот, неговата онлајн историја на активности и видот на содржини што ги споделува. Од таа точка, значајно е да се обидете да ја поврзете активноста на таа сметка со други онлајн кориснички сметки што ги одржува тој извор. Следуваат неколку практики/прашања што ќе го водат тој процес:

- Побарајте го единствениот код на видеото на Твитер или на Фејсбук – дали постојат поврзани кориснички сметки? (Секоја корисничка содржина се идентификува со единствен код што е прикажан во URL-адресата. На Јутјуб и на Фејсбук, на пример, кодот е впишан помеѓу „v=“ и следното „&“ во URL-адресата.)
- Дали и други сметки – на „Гугл плус“ (Google Plus), на некој блог или интернет-страница – се наведени во профилот на видеото или на друг начин се поврзани со тој што поставува содржини?
- Какви информации содржат поврзаните сметки што би укажале на неодамна посетена локација, активност, веродостојност, пристрасност или агенда на сопственикот на сметката?
- Колку долго се активни тие сметки? Колку од нив се активни?
- Со кого се поврзани тие сметки на социјалните медиуми и што ни кажува тоа за тој што ги поставил содржините?
- Дали може да пронајдеме информации „whois“ за некоја поврзана интернет-страница?
- Дали лицето е наведено во локалните телефонски именици, на „Спокео“ (Spokeo), Pipl.com или „ВебМи“ (WebMii), или на ЛинкдИн?
- Дали социјалното окружување на интернет на тој што поставува содржини укажува на блискост со приказната/локацијата?

Поставувањето на овие прашања и одговорите од нив ни дава впечаток за веродостојноста на изворот на содржината. И, значајно е тоа што обезбедува начин за контактирање со тој што поставува содржини за идни прашања и упатства во однос на тоа како новинските организации може да го користат видеото.

Кога разговарате со изворот, задолжително поставете му неколку прашања за информациите што сте ги пронашле. Дали одговорите се совпаѓаат? Ако изворот не е искрен за тие информации, тогаш треба да бидете дополнително сомничави и за содржината.

ЛОЦИРАЊЕ НА ВИДЕОТО

Откако ќе го идентификуваме и ќе го прегледаме изворот, време е да се обидеме да ја верификуваме и содржината на видеото. Процесот почнува со потврда или утврдување на локацијата прикажана на видеото.

Верификувањето на локацијата на која е снимено едно видео во голема мера зависи од тоа што е прикажано на видеото. Карактеристичен изглед на некоја улица, зграда, црква, дрворед, планински масив, минаре или мост – ова се добри референтни точки за споредба со сателитски снимки и геолоцирани фотографии. Ако камерата помине преку име на некоја продавница или фирма, таа може да биде наведена во онлајн мали огласи

или локални именици или „жолти книги“. Знакот со името на улицата може да ни укаже на точната локација. Регистарски ознаки на возилата или рекламни билборди може да посочат на детали за регионот во кој се наоѓа локацијата. Аголот на светлината, сенките и приближното време во денот кога се случил настанот, исто така, може да помогнат при идентификацијата. А, ако видеото содржи дијалог, да се испита дали дијалектите што се користат соодветствуваат на околностите што наводно ги прикажува видеото.

Повторно, почетната точка е испитување каков било текст што го придружува видеото и траги внатре во видеото. Пронајдете ја локацијата со „Гугл мапс“ и обидете се да ја мапирате локацијата што е прикажана на видеото. Ако е можно, зумирајте во „Гугл стрит вју“ за да го фатите аголот на камерата. Ако „Гугл стрит вју“ не е достапен, вклучете ја опцијата „Photos“ во „Гугл мапс“ и проверете дали геолоцираните фотографии се совпаѓаат со локацијата на видеото. Геолоцираните фотографии може да се пребаруваат и со користење напредно пребарување на Фликр, Пикаса и на Твитер.

Ако описот е на странски јазик, внесете го текстот во „Гугл транслејт“ и идентификувајте го топонимот, името на местото. Треба да знаете дека „Гугл транслејт“ често дава погрешен превод: на пример, арапското име на Латакија (Lattakia) во Сирија погрешно го преведува како „протоплазма“, а Дара (Daraa) го преведува како „штит“ (Shield). Исто така, имајте предвид дека постојат повеќе различни англиски транслитерации на арапски топоними: Jidda или Jiddah, на пример. Ако го копираме арапскиот текст со имињата на тие места и го внесеме во „Гугл мапс“, ќе го пронајдеме патот до градот. На сликата долу се прикажани пребарувањата во „Гугл транслејт“ и „Гугл мапс“.

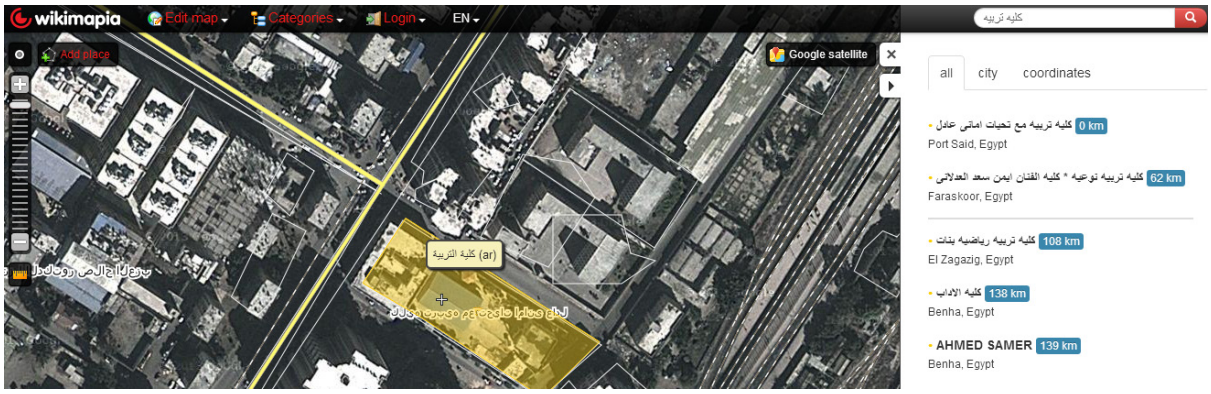


Кога преведувате, користете ги јазичните вештини на вашите колеги и контакти. Преведувањето на јапонските идеограми на корејски или на мандарински бара многу поголема прецизност отколку преведувањето од јапонски на англиски јазик. Значи, ако по-

знавате некој што зборува корејски или мандарински или може лесно да најдете такво лице, побарајте од него да ви помогне во истражувањето на преводите.

„Викимапија“ е „краудсорсирана“ верзија на „Гугл мапс“ во која се оцртани и опишани зградите, предградијата, воените постројки и други точки на интерес. Таа е корисна за да се добие претстава за контекстот на некоја географска област и за идентификување на локациите, иако информациите оттаму треба да се потврдат со други информации, затоа што е можно да се налета на грешки или на намерно привлекувачки информации.

Еден пример за тоа на кој начин „Викимапија“ може да биде од корист е одржувањето на „Денот на граѓанска непослушност“ во Порт Саид, Египет, во февруари 2013 година. Демонстрантите беа снимени како минуваат покрај Факултетот за образование на Универзитетот во Порт Саид од некој што поставил видео на Јутјуб. Изгледот на улицата беше тешко да се идентификува на „Гугл мапс“ помеѓу густо наредените улици во Порт Саид. Сепак, Факултетот за образование (كليةالتربية) е означен на „Викимапија“, па наоѓањето и испитувањето на таа референта точка ја потврди локацијата на демонстрациите, како што е прикажано на сликата долу.



„Гугл ерт“ е уште една корисна алатка затоа што нуди историјат на сателитски снимки. Тоа е корисно кога прегледуваме постари видеа на кои е прикажан терен што можеби во меѓувреме се променил.

Прегледот на теренот на „Гугл ерт“ исто така е полезен кога прегледуваме некој терен и релативните димензии на зградите. Неодамна, кога тимот на „Сторифул“ разгледуваше едно видео како доказ за наводниот израелски напад на Сирија, приказот на планините северно од Дамаск на „Гугл ерт терејн“ (Google Earth Terrain) ја верификуваше локацијата на некој што го поставил на Јутјуб, како што може да видите на споредбата прикажана на илустрацијата подолу.



ВЕРИФИКАЦИЈА НА ДАТУМОТ

Општо земено, потврдата на датумот на поставени видеа од планиран настан, како што е демонстрации или политички митинг, е директна. Веројатно постојат и други видеа од истиот настан во новински извештаи, а фотографии за потврда вообичаено се споделени на Твитер, Фејсбук, Инстаграм и на други социјални медиуми. Пребарувањето на овие платформи со релевантни клучни зборови и хаштагови вообичаено е доволно за откривање докази, како што се згради или урбан мобилијар, транспаренти или временски услови.

Сепак, за поопскурни видеа, датумот генерално е најтешкиот дел од метаподатоците за верификација. Видеата на Јутјуб се означени со временски печат во временската зона „Пацифичко стандардно време“ (Pacific Standard Time – PST) од почетниот момент на поставувањето. Тоа го поттикна Министерството за надворешни работи на Русија да се посомнева за видеата што прикажуваа напад со хемиско оружје во Гута (Ghouta), во близината на Дамаск: Видеата беа поставени во раните часови на 21 август, што значи дека на Јутјуб беа означени со датумот 20 август. Непознавањето на тој факт од страна на Министерството за надворешни работи го поттикна, но не само него, да тврди дека видеата се инсценирани и поставени пред известеното време на нападот.

Извештаите за временската состојба сами по себе се недоволни за верификација на датуми, но може да помогнат. Како што веќе покажавме, „Волфрам Алфа“ нуди информации за временската состојба на некое место на одреден датум. Откако Рита Крил (Rita Krill) постави нешто што личеше на чудесно видео од удар на гром во нејзиниот двор во Флорида на 5 октомври 2012 година, „Волфрам Алфа“ покажа дека во таа област имало активно невреме со грмотевици. А пребарувањето на Твитер за Нејплс (Naples), Флорида, на тој датум покажува како локален метеоролог од следбениците бара фотографии од дождовните облаци во Нејплс. Подолу се прикажани слика од пребарувањето на „Волфрам Алфа“ и споменатиот твит.





ЗАВРШНИ ПРОВЕРКИ: ШТО Е ПРИКАЖАНО НА ВИДЕОТО?

Дојде времето да ги собереме сите податоци заедно и да ги поставиме очигледните прашања: Дали видеото има смисла со оглед на контекстот во кој е снимено? Дали нешто ги предизвикува моите новинарски инстинкти? Дали нешто изгледа како да не припаѓа таму? Дали постојат знаци што сугерираат дека не е легитимно? Дали некои од податоците за изворот или одговорите на моите прашања не се задоволителни? Запомнете, претпоставката од која поаѓаме е дека видеото е лажно. Дали доказите ја потврдуваат или ја негираат таа претпоставка?

Што се однесува до видеото, треба да имаме предвид дека сложени измами се случувале и ќе продолжат да се случуваат. Студенти од Канада го фалсификуваат ноторното видео на орел што понира во парк во Монтреал и грабнува бебе. Беше раскринкано со прегледување на видеото кадар по кадар, при што беше забележано дека во некои кадри ја нема сенката на орелот. (Оние со поголемо техничко познавање може да користат софтвер за видеомонтажа, како што е „ВЛЦ медија плеер“ (VLC media player) или бесплатниот софтвер за видеомонтажа „Авидемукс“ (Avidemux), или, пак, лиценцираниот софтвер „Вегас Про“ (Vegas Pro) за делење на видеото на единични кадри ако постои сомнеж за неговата конструкција.)

Студија на случај 5.1: Верификување на клучното видео од бомбашкиот напад во Бостон

Малаки Браун



Едно од иконичките видеа од трагичните бомбашки напади во Бостон во 2013 година беше снимено од една учесничка што ја трчаше последната милја од маратонот. Како што се приближуваше до целната линија на „Бојлстон стрит“ (Boylston Street), втората бомба експлодираше неколку метри пред неа. Тоа беше впечатливо видео, но, сепак, моравме да го верификуваме.

Една од фотографиите што го прикажува моментот на експлозијата, која е дадена подолу, беше поставена од бостонскиот новинар Ден Лампариело (Dan Lampariello), член на една од нашите претходно подготвени листи на Твитер и некој што ни е добро познат во „Сторифул“. Твитот на Лампариело беше геолоциран на „Бојлстон стрит“, а таа информација, која ја добивме од веродостоен извор, помогна да ја потврдиме локацијата на експлозијата. Тоа, исто така, ни послужи како референтна точка за проверката на тоа што беше прикажано во видеото.



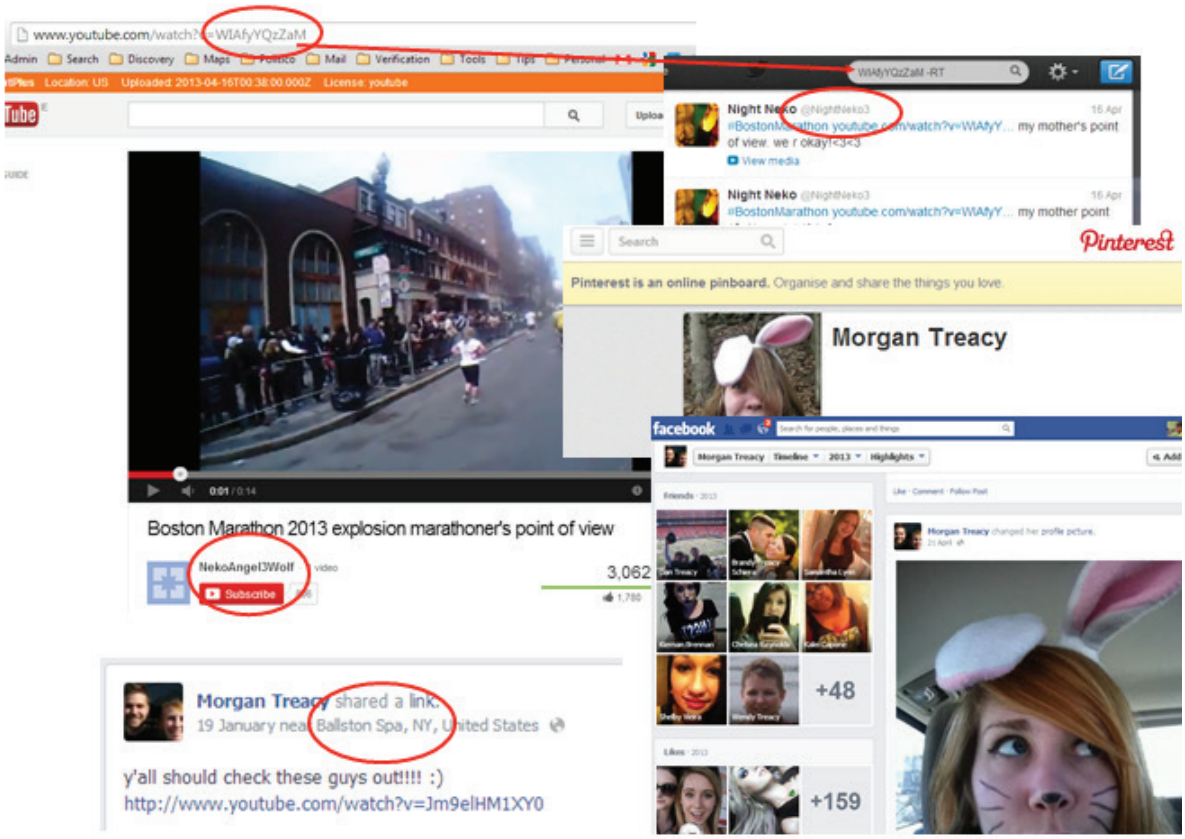
Приказот на „Бојлстон стрит“ на „Гугл стрит вју“ (на следната слика) ги потврди и фотографијата на Ден Лампариело и точката на гледање на натпреварувачката како се приближува до целната линија. Навистина, подетална анализа покажува дека некои од натпреварувачите во маратонот снимени на видеото се гледаат и на фотографијата на Лампариело.



Тој процес ја потврди содржината на видеото. Пронаоѓањето на оригиналниот извор на видеото не одеше толку праволиниски.

Видеото беше поставено на корисничка сметка на Јутјуб, без податоци за идентификација и со опскурно корисничко име „NekoAngel3Wolf“. Пребарувањето на Твитер за единствениот видеокод нè одведе до некој што го споделил видеото под корисничкото име „NightNeko3“, повторно без лични информации. Референцата „Neko“ во двата профила сугерираше дека меѓу нив постои поврзаност.

Пребарувајќи за слични профили на социјалните мрежи, наидовме на корисничка сметка на Пинтерест (Pinterest), исто така регистрирана како „NightNeko3“, која го содржеше и вистинското име Морган Триси (Morgan Treacy). Тимот на „Сторифул“ набрзина лоцираше сметка на Фејсбук на Морган Триси, тинејџерка чии постови беа геолоцирани во бањскиот центар Болстон Спа (Ballston Spa) во сојузната држава Њујорк.



Морган го опишала видеото на Твитер како поглед на експлозијата од страна на нејзината мајка. Знаејќи дека престижен маратон како што е тој во Бостон веројатно ќе ги следи времињата што ги постигнале тркачите, го проверивме презимето „Treacy“ на страницата за регистрација на Бостонската атлетска асоцијација (Boston Athletic Association). Пребарувањето даде еден единствен резултат – Џенифер Триси (Jennifer Treacy), на возраст од 45 до 49 години, од сојузната држава Њујорк. Времињата на минување на Џенифер Триси покажуваат дека ја поминала ознаката 40 километри во 14 часот и 38 минути, но не ја поминала целната линија два километри подоцна. На Џенифер, во просек, ѝ биле потребни 10 минути да истрча една милја, темпо што ја става во близина на местото на експлозијата во 14 часот и 50 минути, кога експлодираа бомбите.



Сајтот за пребарување луѓе на социјалните медиуми Spokeo.com ни ја прикажа Џенифер Л. Триси, на 47-годишна возраст, со адреса во Болстон Спа, Њујорк. *LinkedIn*, исто така, има профил за Џенифер Триси од Болстон Спа, вработена во Одделот за здравство на сојузната држава Њујорк.

Еден конечен доказ го потврди нашето истражување. Човек со име Џерард Квин (Gerard Quinn) ѝ е пријател на Морган Триси на Фејсбук, за која веќе бевме 100 проценти сигурни дека ѝ е ќерка на Џенифер. Квин и претходно оставал коментари на семејните видеа поставени од Морган. Значи, постои врска помеѓу него и семејството Триси. На профилот на Квин на Фејсбук (прикажан подолу) видовме дека изразил гордост што неговата внука Џенифер го трча Бостонскиот маратон. Тој поставил линкови до нејзината мапа од маратонот и од времињата на минување што ги остварила. Подоцна коментирал на Фејсбук дека со Џенифер сè е во ред по експлозијата и дека е на пат за дома.



Јавниот телефонски именик ни обезбеди телефонски број што ни овозможи директно да ја контактираме Џенифер Триси. Таа потврди дека видеото е нејзино и дека новинските организации имаат дозвола да го користат. Исто така, ни рече дека за видеото ги информирала и органите за безбедност.

Сумирано, сите информации што ја поткрепуваа вистинитоста на видеото беа достапни на интернет преку бесплатни алатки – информации за локацијата, сведоштва што го потврдуваат настанот, дигиталната историја на оној што го поставил видеото и информации за контакт на сопственикот на видеото. Познавањето во однос на тоа како функционираат тие алатки ни дозволи верификацијата на видеото да не ни одземе повеќе од 10 минути.

.

Студија на случај 5.2: Истражување на „масакрот“ во Брегот на Слоновата Коска

Малаки Браун



Во март 2011 година, на Јутјуб се појави видео со вознемирувачка содржина на кое беа прикажани, како што покажа видеото, убиствата на најмалку шест жени од страна на ФДС, безбедносните сили на Брегот на Слоновата Коска, за време на еден протест во Абобо (Abobo). Демонстрациите беа спроведени во тензичен период, кога Претседателот на Брегот на Слоновата Коска, Лорен Гбагбо (Laurent Gbagbo), се одржуваше на власт по поразот на претседателските избори одржани претходниот ноември.

На барање на еден клиент, „Сторифул“ се зафати со верификација на видеото две години откако беше објавено. На видеото е прикажана голема група жени што извикуваат „АДО“ (се однесува на Аласан Драман Уатара (Alassane Dramane Ouattara), ривалот на Гбагбо). Тогаш, на 3,32 минута од видеото се појавуваат оклопни транспортни возила и истрелани се куршуми со голем калибар. Изгледа дека неколку луѓе се фатално ранети. Во тоа време, некои жители на Брегот на Слоновата Коска тврдеа дека повредите се инсценирани. Тогашниот министер за одбрана изрази сомнеж околу видеото, а со направени реконструкции објавени на Јутјуб, поддржувачите на Гбагбо тврдеа дека видеото е „лажно“ (овде и овде).

Во извесна смисла, верификацијата на видео во сценарио на вонредни вести е полесно од оваа форма на ретроспективна истрага. Информациите што потврдуваат или раскринкуваат видео се подостапни во пократок период од претходно, а информациите за постари настани често се скриени длабоко во социјалните мрежи. Архивското пребарување или е сложено или воопшто не е можно.

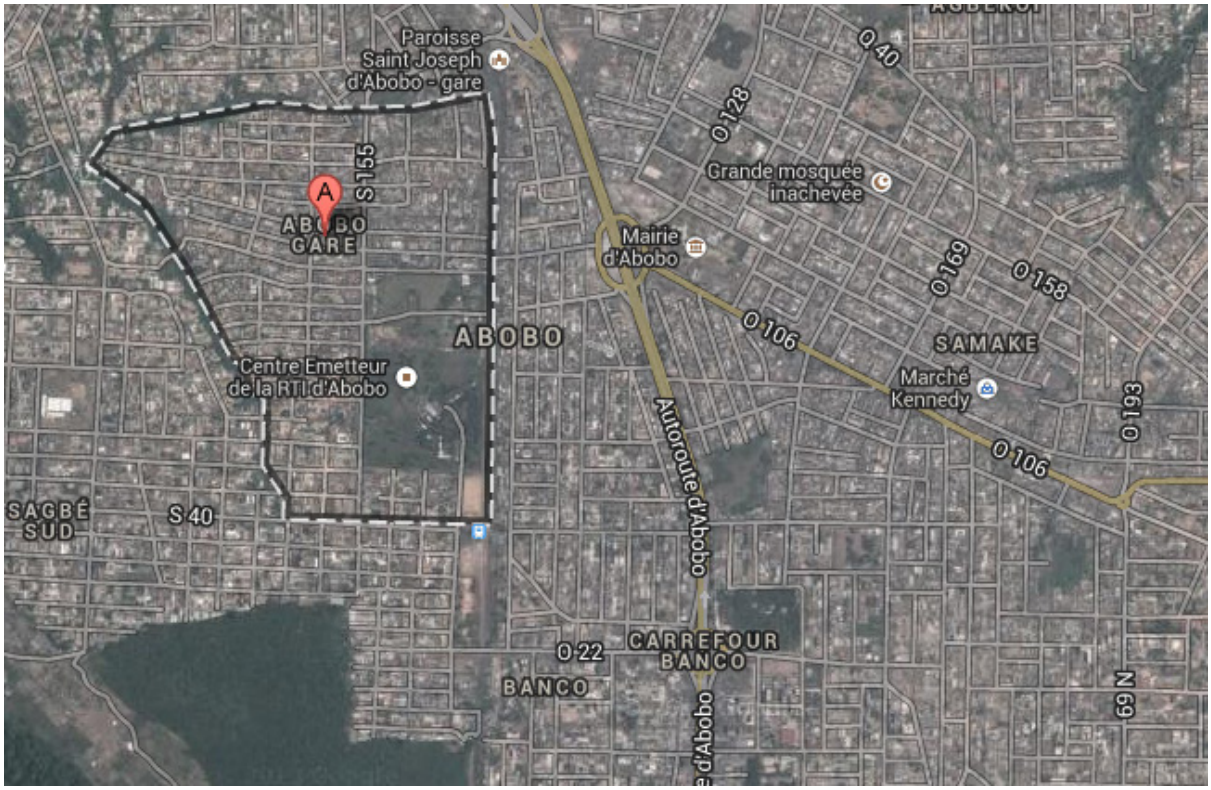
Имајќи ги предвид таквите ограничувања, следува приказ за начинот на кој се обидов да го верификувам видеото.

СОБИРАЊЕ ИНФОРМАЦИИ ЗА КОНТЕКСТОТ НА НАСТАНОТ

Бидејќи не бев запознаен со деталите за настанот, направив пребарување на Гугл со фразата „Women killed Gbagbo March 3 2011“ („Жени убиени Гбагбо 3 март 2011“). Пребарувањето даде неколку извештаи (достапни овде, овде и овде) со опис на приближната локација и текот на настаните. Пребарувањето, исто така, ја прикажа и изјавата за настанот на тогашниот министер за одбрана на државата, кој тврдеше дека сцените се инсценирани.

Значајно е тоа што тие извештаи ми обезбедија неколку клучни збора што можев да ги искористам за пофокусирано пребарување. Користејќи ги тие термини за пребарување од претходно на Твитер и на Јутјуб, открив неколку сведоштва на очевидци и кориснички содржини за настанот. (Секогаш обидете се да се ставите во кожата на тој што поставува видео и да замислите како таа или тој би го означил и би го опишал, како и други информации.)

ЛОКАЦИЈА



Според извештаите, демонстрациите и пукањето се случиле на еден кружен тек во близина на Абобо, округ на северот од Абиџан (Abidjan). Поспецифично, еден извештај го лоцираше настанот на главна раскрсница/кружен тек на Автопатот Абобо (Autoroute d'Abobo), кој граничи со областа позната како Абобо Гар (Abobo Gare). Еден сведок наведен во извештајот опишува дека безбедносните сили поминале низ кружниот тек, каде што свртеле назад и отвориле оган кон жените „пред да се вратат во Аџаме“ (Adjame). Аџаме се наоѓа јужно од Абобо, што ни дава сугестија за насоката на движење.

Според еден извештај објавен во времето кога се случил инцидентот, објавен од „Ле Патриот“ (Le Patriot) на 8 март таа година, демонстрантите се собрале „на кружниот тек Банко (Banco)“ (прикажан на мапата подолу). Пребарувањето на еден локален форум покажа дека тој кружен тек бил местото на кое и претходно се одржале такви демонстрации.

„Гугл мапс“ прикажува два големи кружни текови. Еден од нив, Карфур Банко (Carrefour Banco), се наоѓа на јужниот крај од Абобо, на патот кон Аџаме. Тоа се совпаѓаше со претходниот извештај, па го искористив како почетна точка за моето истражување.



Позицијата на уличните светилки и семафорите, поставеноста на палмите и листопадните дрвја снимени на видеото од 4,00 минута натаму се совпаѓаат со сателитскиот приказ на североисточниот агол на Карфур Банко, како што е прикажано во белите кругови на горната слика. Големата зграда со две видливи издигнатини на покривот (заокружена со црвено), исто така, се совпаѓа со зградата што ја гледаме во далечина додека конвојот од оклопни возила исчезнува од видикот. Тоа се совпаѓа со насоката на движењето на сообраќајот што е видлива од сателитската снимка на горната слика, како и со сведоштвото на еден очевидец дека возилата се движат на југ, кон Аџаме.





Еден сегмент од видеото (на сликата погоре), сепак не се совпаѓа со сателитските снимки. Избројавме три големи листопадни дрвја во моментот кога конвојот влегува во кружниот тек; „Гугл мапс“ покажува само две такви дрвја. Видеото е снимено во 2011 година, а сателитските слики беа со датум од 2013 година, па можно е едно дрво да било исечено. Затоа направивме историски преглед на сателитските слики на „Гугл ерт“. Сликите од 2009 година покажуваат три големи листопадни дрвја во тој агол од кружниот тек.

Третото дрво што недостига на сателитските снимки од 2013 година е заокружено на долната слика. (Сликата е свртена за 180 степени по оската север – југ.) Проценета направена врз основа на таквата слика укажува дека позицијата на камерата била директно од другата страна на патот. Подоцна зборував со веродостоен извор, кој е познат на „Сторифул“ и кој е запознаен со видеото и го посетил Абобо за да известува за „масакрот“. Изворот потврди дека тоа е аголот на камерата.

ДАТУМ

Датумот на стрелбата кон демонстрантите е потврден во неколку независни извештаи и видеа споделени на социјалните медиуми. Може да се пронајдат ретроспективно преку повеќе различни пребарувања: на Твитер, на „Топси“ (Topsy) или „Топси Про“ (Topsy Pro) (второто дозволува да се ограничи периодот на пребарување од еден до друг датум), и на Јутјуб со редење на резултатите според датумот на поставување.

Некои од чекорите што ги следев се:

- Користев пребарување на историјата на Твитер за да соберам траги преку преглед на резултатите од 3 март 2011 година наваму;
- Ги прегледав твитовите и прашањата за настанот и ги пронајдов овој и овој одговор. Тие извори се потенцијални сведоци или луѓе што би можеле да идентификуваат сведоци на настанот. Првиот извор го наведува Кокоди, Абиџан (Cocody, Abidjan) за своја локација, а вториот го наведува Абиџан;
- Го лоцирав и ова лице што го поставило видеото од Абобо и претходните протести на РХДП (RHDP). Прегледот на други „Твитвидс“ (Twitvids) (твитувани видеа) на неговата сметка води до едно видео поставено на денот на протестот;
- Продолжив да прегледувам во хронолошкиот преглед на неговата сметка на Твитер и открив други спомнувања на РХДП тој ден. Тоа ме одведе до други линкови, како што е овој новински извештај за настанот. Извештајот вклучуваше фотографија за која пишуваше дека е преземена од „Ројтерс“, на која беа прикажани жртви што се совпаѓаа на прикажаните во видеото;
- Процесирањето на фотографијата во „Гугл имиџис“ (Google Images) потврди дека таа не била користена пред 3 март. Сепак, резултатите, исто така, покажуваат дека една статија на „Гардијан“ ги наведува *AFP/Getty Images*, а не „Ројтерс“ како извор на фотографијата. Тоа значи дека веродостоен фотограф бил присутен на терен за време на настанот.

Се фокусирав подлабоко на фотографијата прикажана долу.



Приказот е конзистентен со фотографијата на жртвата прикажана на 5,30 минута од видеото. Жртвата е покриена со алишта и зелени лисја што ги користат голем број од демонстрантите. Забележете ја тесната, темносина маица што ја носи жртвата и впечатливата облека со квадратен дезен со црвени, портокалови, бели и темни линии, која е прикажана зумирана на сликата долу.



„France 24 Les Observateurs“, исто така, добија фотографии од настанот од извори во Абиџан. „Сторифул“ доби потврда за тоа од „Франс 24“ (France 24).

Други пребарувања откриј фотодневник објавен од новинарот на Агенцијата „Франс Прес“ (Agence France-Presse), Исуф Саного (Issouf Sanogo). Саного интервјуирал жена по име Сира Дран (Sirah Drane) и таа му кажала дека помогнала во организацијата на демонстрациите на 3 март. Дран вели дека таа држела мегафон за да ѝ се обрати на големата маса луѓе собрани на кружниот тек во Абобо. Жената што одговара на тој опис се гледа на видеото.

Видеото, исто така, е во корелација со три други видеа снимени на настанот. Тие видеа беа документирани од „Сторифул“ во тој момент и може да се пронајдат со пребарување на Јутјуб со клучните зборови што ги идентификувавме претходно.

Првото видео е поставено на денот на пукањето на корисничка сметка на Јутјуб регистрирана од Брегот на Слоновата Коска, а создадена со специфична цел – да се постави тоа видео. На таа сметка нема никакви понатамошни активности што би понудиле информации за изворот. Истите ранети жени се прикажани на тоа видео, како и впечатливата зграда во заднината.

Второ видео е поставено од друга сметка на Јутјуб регистрирана од Брегот на Слоновата Коска утрото на 4 март, во 9 часот 06 минути и 37 секунди, Средно време по Гринич (GMT). Тој што го поставил видеото дава опис „неколку жени убиени“ на „демонстрациите на РХДП вчера“, укажувајќи на 3 март.

Ниту едно од овие видеа или поддржувачки фотографии не постојат пред 3 март, што сугерира, со високо ниво на сигурност, дека тоа е датумот на кој се случил настанот.

ОРИГИНАЛНИОТ ОБЈАВУВАЧ

Видеото на кое работевме беше поставено на Јутјуб на 4 март 2011 година. Тоа е најрано поставено такво видео што може да се пронајде на Јутјуб. Сепак, мошне е веројатно дека видеото прво се појавило на некоја сметка на Фејсбук или на друго место од каде што било „изгребано“ на оваа сметка на Јутјуб.

Таа сметка е регистрирана во САД и е поврзана со одамна нефункционална интернет-страница – onemendo.com. Изгледаше како со сметката да управува некој со врски со јамајските емигранти во Њујорк или во Њу Џерси затоа што содржеше промотивни материјали за еден локален клуб – DanceHallReggae.com.

Видеата поставени во тој период на поврзана корисничка сметка на Вимео посочуваат дека седиштето им е во Рочестер (Rochester), во сојузната држава Њујорк. Една поврзана корисничка сметка на Фејсбук, исто така, поставува линкови до музика од јамајски диџеи. Нема понатамошни траги што би воделе до потеклото на видеото и не постои линк до видеото на 3 март 2011 година. На истата корисничка сметка на Јутјуб беа поставени и видеа од една сенегалска „сапунска“ ТВ-серија.

ДАЛИ ВИДЕОТО Е АВТЕНТИЧНО?

Доказите наведени погоре ја потврдуваат локацијата и утврдуваат дека видеото најверојатно е снимено на 3 март. Сепак, да се зафатиме со главното: Дали видеото прикажува како на тој ден жени демонстранти се застрелани од ФДС?

Изнесени се тврдења дека убиството е инсценирано и дека телата се извадени и се поставени на улица по заминувањето на безбедносните сили. Такви сериозни прашања бараат соодветна истрага.

Во оваа изјава, министерот за одбрана во кабинетот на Гбагбо, Алан Догу (Alain Dogou), се повикува на појавата на едно аматерско видео од 4 март. Тој вели дека на една жена ѝ биле давани наредби „лежи долу, лежи долу“ (и навистина се слуша како е изговорено тоа во видеото). Догу изјави дека е „тешко да се каже“ дали видеото е од локацијата за која известија новинари. (Се разбира, ние ја потврдивме локацијата.) Тој, исто така, изјави дека странските новинари не го покривале протестот затоа што биле на конференција за печатот на УНОЦИ (UNOCI) или на друг настан поврзан со Советот на министри. Конечно, тој призна дека на тој датум се одржал „Марш на жените“ во Абобо.

Сериозните прашања што се поставуваат се:

- Зошто камерата гледа во друг правец, а не во ранетите толку долго додека конвојот влегува во кружниот тек?
- Дали сите жртви би биле застрелани во само неколку метри растојание?
- Дали сите би паднале нанапред, на лице, како што се паднати во видеото?
- Нивните лица набрзина се покриени со облека – зошто?
- На раскрвавена жена, на видеото ѝ велат „лежи долу, лежи долу“, како што опишува министерот за одбрана Догу. Зошто? Дали е тоа од грижа за нејзината состојба или за да се одглуми повреда?
- На видеото, „масакрот“ предизвикува изблик на емоции. Дали тоа е реално? Или другите протестанти беа измамени или беа соучесници во инсцениран „масакр“?

Неколкумина сведоци даваат убедливи сведоштва дека повредите настанале како резултат на масакрот за кој се известува. Еден лекар од болницата во јужен Абобо (South Abobo Hospital) е цитиран на страницата 63–64 од овој извештај на „Хјуман рајтс воч“ (Human Rights Watch). Лекарот известува дека ги видел жртвите од стрелањето:

> Еден лекар што лекувал многу жени, кои не преживеале, вели дека нивните повреди очигледно биле предизвикани од големокалибарско оружје, а не од куршуми од рачно вооружување. Лекарот и двајца очевидци на самото место, за „Хјуман рајтс воч“ изјавија дека главата на една од жртвите била целосно одвоена од телото. Други жртви, од кои две не преживеале поради сериозните повреди, биле повредени од куршуми од митралез.

(Видеото навистина изгледа дека прикажува жена чија глава е буквално разнесена.)

Еден извештај во „Њујорк тајмс“ (New York Times) цитира двајца именувани сведоци:

„Првиот тенк отвори оган“, рече Идриса Диарасуба (Idrissa Diarrassouba), жител на Абобо. „Шест жени беа убиени веднаш. Бев таму, веднаш до нив. Тие само се срушија на земја.“

„Се слушна рафал од митралески оган“, ни рече сведокот Идриса Сисоко (Idrissa Sissoko). Тој, исто така, зборуваше дека видел како се застрелани шест жени. „Одеднаш видов шест тела како лежат таму“, рече тој.

Според овој извештај, извор во воените сили му рекол на новинар на „Ројтерс“ дека пукањето било несреќен случај, како резултат на нервозата на безбедносните сили што претходно учествувале во неколку судири.

ЗАКЛУЧОК

Може да кажеме дека датумот и местото на настанот се верификувани во висок степен. Оригиналниот извор не е верификуван, што значи дека немавме можност да разговараме со лицето што го снимило материјалот.

Сепак, на крајот на краиштата, дали видеото навистина го прикажува тоа што потврдува дека е прикажано?

Тоа не може да го утврдиме со стопроцентна сигурност од оваа дистанца и со материјалите што ги собравме. Освен можноста да го контактираме и да го интервјуираме тој што го поставил видеото, од големо значење би било да собереме дополнителни сведоштва од прва рака од очевидци, лекари што ги лекувале жртвите и од семејствата на жртвите. За идентификација на жртвите, ќе се обидевме да направиме подетална анализа на првото видео со преглед, кадар по кадар, на клучните моменти од стрелбата со цел да пробаме да пронајдеме начин за идентификација на жртвите, а потоа да ги најдеме нивните блиски и роднини.

Дури и со сите факти што ги поддржуваат тврдењата и информациите што успеав да ги соберам, сè уште нема конечен суд за видеото.

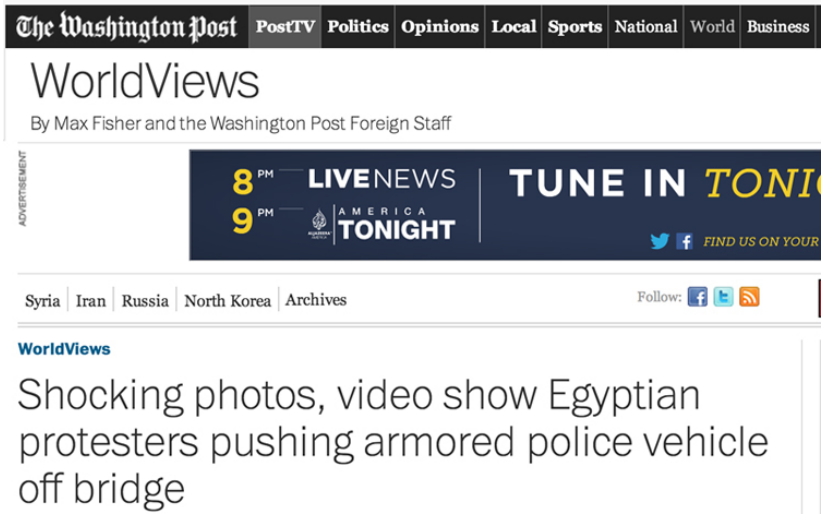
Студија на случај 5.3: Потврда на локацијата и содржината на едно видео

Кристоф Коетл



Кристоф Коетл (Christoph Koettl) е директор за одговор на кризи во Амнести Интернешнл на САД (Amnesty International USA). Тој специјализира во областа на користењето сателитски слики, мобилни технологии и граѓански медиуми при истражувањето и застапувањето на човековите права. Тој е експерт по меѓународно хуманитарно право, анализа на конфликти, мапирање кризи и валидација на видео, а редовно се појавува како говорник на теми од областа на технологијата и човековите права, вклучително и на настанот „Југ-Југозапад 2014“ (South by Southwest – SXSW 2014). Настапил како сведок пред Конгресот на САД во истрагата за воените злосторства во Шри Ланка. Неговата работа ја покриваат голем број национални и меѓународни медиуми, вклучително и АП, Би-би-си, Ал Џезира и „Ројтерс“. Твитува на @ckoettl.

За време на насилните судири во Каиро во август 2013 година се појави едно видео на Јутјуб што привлече големо внимание во медиумите. (Оригиналното видео во меѓувреме беше отстрането од Јутјуб, но може да го погледнете и на овој линк.) Широко распространетиот опис за видеото, на пример, на насловната страница од извештајот на блогот на „Вашингтон пост“, беше дека демонстрантите турнале полициско возило од мост во Каиро.



Насилното однесување на демонстранти, се разбира, е релевантно во истражувањето случаи на примена на непропорционална сила од страна на полицијата, како што правиме ние во Амнести Интернешнл. Ние, исто така, ги верификуваме видеоматеријалите во процесот на утврдување дали настанале повреди на човековите права. Значи, ова видео претставуваше значајна содржина што требаше да биде прегледана мошне внимателно.

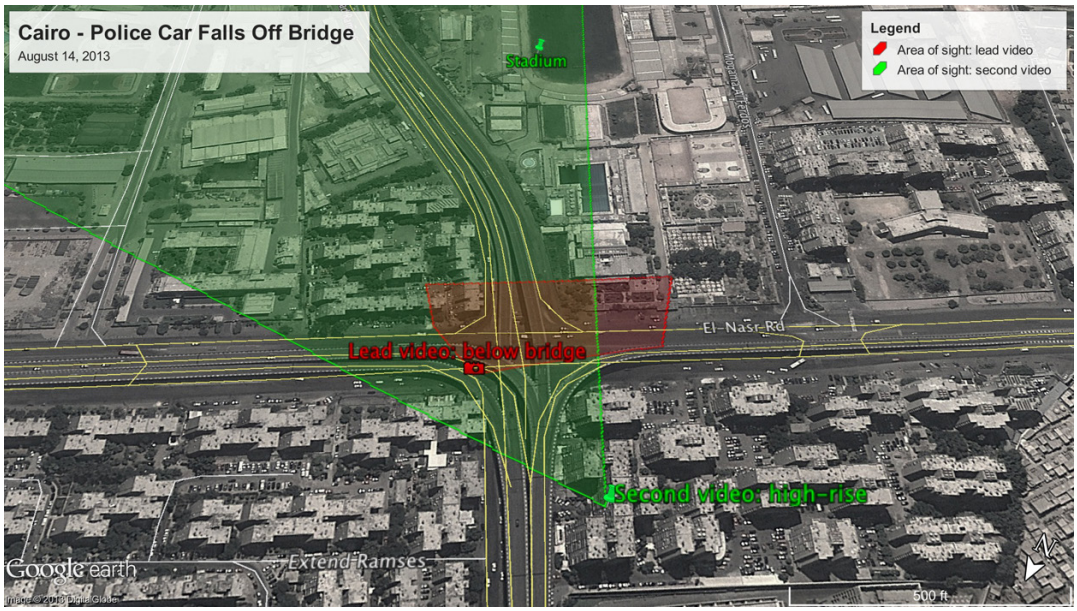
Она што отскокнуваше на видеото, наспроти описот и поврзаните наслови, беше тоа што во ниту еден момент на видеото не се гледа како демонстрантите туркаат возило од мостот. Очигледно беше дека е потребен подетален преглед. Следува преглед на моите постапки во оценувањето на содржината на видеото и утврдувањето на точната локација на која се случил инцидентот:

Еден од првите чекори при оценувањето граѓанско видео е да се побараат и други содржини што го прикажуваат истиот инцидент[4]. Вообичаено пребарувам на Јутјуб, како и на командната табла на „Сторифул“ (која е платена услуга) и на Отворената редакција за вести (Open News Room) за да пронајдам дополнителни видеосодржини. (Како што е споменато и претходно во ова поглавје, пребарувањата на Јутјуб ги филтрирам според датумот на поставување за да го ограничам бројот на резултати.) Со користење на тие алатки, пронајдов и второ видео што е снимано од друг агол. Изгледа дека е снимано од соседните високи згради и нуди одличен преглед на целата сцена. Дополнителната снимка покажува дека, всушност, никој не го истуркал полициското возило од мостот. Всушност, изгледа дека возилото се судира со друго возило, па токму поради тоа мора да вози наназад и тогаш паѓа од мостот. Второто видео потврдува дека инцидентот навистина се случил, но откри и дека описот и споменатиот наслов не се точни.

Новата точка на гледање што ја нуди второто видео го олеснува и пронаоѓањето на точната локација на инцидентот. Во статијата на „Вашингтон пост“ се вели дека видеото е снимено на мостот „6-ти Октомври“. Тоа е доволно за почеток, затоа што мостот лесно се наоѓа на мапите на интернет. Мостот, всушност, е долг надвозник што минува низ голем дел од градот. Тоа значеше дека пронаоѓањето на точната локација нема да биде толку едноставно.

4. За повеќе информации за вредноста на видеото снимено од повеќе перспективи, видете во *Hal Hodson*: „Multishot video can identify civil rights abusers“. New Scientist, 28 June 2013; и на страницата на Проектот „Рашомон“ (Rashomon Project).

По внимателното прегледување на второто видео, особено се истакнуваше едно обележје: спортски стадион. Со следење на рутата на мостот „6-ти Октомври“ на „Гугл ерт“, успеав да идентификувам два стадиона во непосредна близина на мостот. Со ротирање на аголот на гледање на „Гугл ерт“ за да ја пронајдам потенцијалната локација и линијата на погледот на снимателот, пронајдов една локација што се совпаѓаше со вториот стадион. Откако ја потврдив поширокатa локација, полесно беше да ги лоцирам солитерите што имаат одличен поглед на инцидентот. Со помош на алатката за мапирање на „Гугл ерт Про“ (Google Earth Pro), направив едноставна мапа на која беа прикажани локациите на двете видеа, видното поле и релевантните обележја:



Координатите на водечкото видео: 30.058807, 31.303089.

Конечно, два објекта дополнително ја потврдија локацијата: На видеото, во заднината, е видлива радиокула што се гледа и на сателитските слики. Освен тоа, го вклучив и фотослојот (layer) „Panoramio“ во „Гугл ерт“ за да проверам дали има кориснички фотографии. „Panoramio“ содржи геоозначени кориснички фотографии што обезбедуваат поглед од самото место, што значи со високо ниво на детали. Се појавија и неколку фотографии од под мостот каде што паднало возилото, а столбовите на мостот совршено се совпаѓаат со столбовите што се прикажани на видеото.

Благодарејќи на комбинацијата од пребарување видео, „Гугл ерт“ и „Гугл мапс“, можев брзо да верификувам каде е снимено видеото и со тоа да раскринкам погрешен опис што можеше да има сериозни импликации за демонстрантите во Каиро.

На крајот, откако стана јасно која е вистинската приказна и како полициското возило падна од мостот, „Вашингтон пост“ постави втора објава со исправка.

ГЛАВА 6:
КОРИСТЕЊЕ НА ЗАЕДНИЦАТА КАКО ПОМОШ ВО РАБОТАТА

Метју Инграм



Метју Инграм (Mathew Ingram) е наградуван новинар и консултант за медиуми што изминатите две децении пишува на теми поврзани со бизнисот, технологијата и новите медиуми, и советува компании за прашања поврзани со нивните стратегии за појавување на социјалните медиуми. Во моментов пишува за блогерската мрежа GigaOM, со седиште во Сан Франциско, на темата – еволуцијата на медиумите и веб-културата. Пред тоа беше првиот некогаш именуван уредник за заедниците – специјализиран за развој и стратегија на присуството на социјалните медиуми – во „Глоуб енд мејл“ (Globe and Mail) и го развиваше приодот кон онлајн коментарите, го основаше профилот на весникот на Фејсбук и поттикна десетици новинари и уредници да се ангажираат на Твитер. Твитува на @mathewi.

Идејата за „краудсорсирана“ верификација на вестите, настаните и кризите воопшто не е нова – граѓаните, општо земено, отсекогаш биле клучен дел од начинот на кој се формираат и се разбираат вестите. Ново е тоа што социјалните технологии, како што се Твитер, Фејсбук, Јутјуб и други, ни дозволуваат да пристапиме кон таков вид споделен процес на носење одлуки од многу поголеми размери и ни овозможуваат тоа да го правиме со многу поголема брзина. Тоа не значи дека тој процес нема недостатоци, затоа што навистина ги има, но, сè на сè, веројатно денес сме во подобра ситуација отколку претходно.

Помислете само како се утврдуваа фактите и како се потврдуваа настаните не толку одамна: Ако избиеше војна, удреше ураган или некаде експлодираше бомба, често се случуваше малкумина новинари да се најдат на самото место, освен ако случајно не се нашле во близина на настанот. Изворите на терен ќе ги пренесеа информациите до некоја редакција и ќе почнеше макотрпниот процес на верификација на настаните со интервјуа со сведоци, телефонски повици итн.

Денес е исто толку веројатно дека ќе дознаеме за некоја вест – особено за ненадејни, непредвидливи настани, како што се земјотреси или масовни убиства – на Твитер, и тоа само неколку минути, па дури и секунди, откако се случиле. Наместо само едно или две сведоштва од очевидци и сведоци, може да добиеме стотици, па дури и илјадници сведоштва. Најверојатно, еден дел од нив ќе бидат погрешни, како што видовме во бомбашкиот напад во Бостон и во други кризни ситуации, но, генерално, ќе се оформи релативно прецизна слика за тоа што и како се случило, и тоа побрзо од кога било претходно.

Следува преглед на некои од најдобрите приоди за растечката практика на „краудсорсирана“ верификација, применувани од иноватори, како што е Енди Карвин (Andy Carvin), поранешен виш стручњак за стратегии во Националното јавно радио (National Public Radio – NPR), и други.

ИДЕНТИФИКУВАЈТЕ ГИ, ВЕРИФИКУВАЈТЕ ГИ И ПОВРЗЕТЕ СЕ СО ИЗВОРИТЕ

Во повеќето случаи, почетната точка е идентификацијата на веродостојни извори и собирање, обработка и верификување на информациите што ги доставиле. Енди Карвин од Националното јавно радио создаде, како што тој ја нарекува – „Твитер-редакција“, составена од извори на Блискиот Исток за време на „Арапската пролет“, започнувајќи со луѓе што лично ги познава и што ги користеше за откривање нови извори.

„Она за кое сметам дека е навистина важно е да се обрне внимание на тоа кому се обраќаат луѓето на Твитер, а понекогаш и на Фејсбук“, Карвин му рече на Крег Силверман во интервју направено во 2011 година. „И во Тунис и во Египет веќе имав околу половина дузина извори во секоја од тие држави што ги знаев од претходно.“

Карвин, исто така, од луѓето што ги знаел побарал да препорачаат или да верификуваат други извори што ги нашол со пребарување на Твитер и со следење специфични хаштагови. Со текот на времето, собрал листи со стотици вредни извори.

Тие листи, од своја страна, станаа машината што, во суштина, му овозможи на Карвин да твитува во живо од цела серија војни – примајќи информации, преобјавувајќи ги, барајќи од следбениците и изворите да помогнат во нивната верификација и објавувајќи ги резултатите. Процесот беше хаотичен на повеќе начини, но, во крајна линија, беше успешен.

Со цел успешно да се справи со толку многу контакти, тој подготви „листи на Твитер“ (Twitter Lists) и ги организираше во логички поврзани групи, врз основа на темите или географските локации што ги покриваат. Денес тоа може да се постигне и со листите на интерес на Фејсбук (Facebook Interest Lists), круговите на „Гугл плус“ (Google Plus circles) и други алатки, или, пак, со претплата на кориснички сметки на Јутјуб и со креирање плејлисти, меѓу другите опции.

Карвин презел уште еден клучен чекор, а тоа е директно да контактира со голем дел од неговите извори или да се сретне со нив лице в лице за да развие одреден однос. Многумина можеа да го видат само тоа што тој го правеше на неговата сметка на Твитер, но тој поминуваше многу време комуницирајќи со луѓе преку Скајп (Skype), електронска пошта или преку други средства за да го потврди нивниот идентитет.

Како што беше детално наведено во претходните поглавја, овој вид извори и информациите што ги нудат мора да бидат проверени и верификувани. Откако ќе ги искористите напредното пребарување на Твитер, пребарувањето на Јутјуб и други средства за да ги пронајдете луѓето и организациите на терен или оние што имаат пристап до релевантни информации, треба да се обидете да ги контактирате и да верификувате од каде потекнува информацијата што ја имаат.

Колку е поголема интеракцијата со изворите и дознавањето за тоа кои се и што се, толку повеќе ќе ги забележите нивните силни и слаби страни, пристрасности и други фактори што треба да се имаат предвид кога се разгледуваат информациите што ги споделуваат. Како што расте листата на извори, ќе почнете да забележувате шеми во тоа што го гледаат, го споделуваат и за кое известуваат, а тоа ви обезбедува сурови материјали за триангулација и утврдување што точно се случува или не се случува.

„Некои од тие луѓе активно работеа на уривање на нивните локални режими“, рече Карвин за изворите со кои се поврзал за време на „Арапската пролет“[5]. „Само требаше да бидам свесен за тоа цело време. Можеби одговор на таа дилема е транспарентноста. Значи, може некој цело време да ми дава добри информации, но никогаш не смеам да заборавам дека истото тоа лице е припадник на опозицијата.“

АНГАЖИРАЊЕ НА ИЗВОРИТЕ

За време на насилството во Либија во 2011 година, во еден момент Карвин бил контактиран од корисник на Твитер, кој го замолил – а со тоа и неговата „Твитер-редакција“ – да помогне во верификацијата на прашањето дали во Либија се користи израелско оружје. Карвин детално опишува што се случувало во „Сторифај“ (Storyfy)[6]:

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.



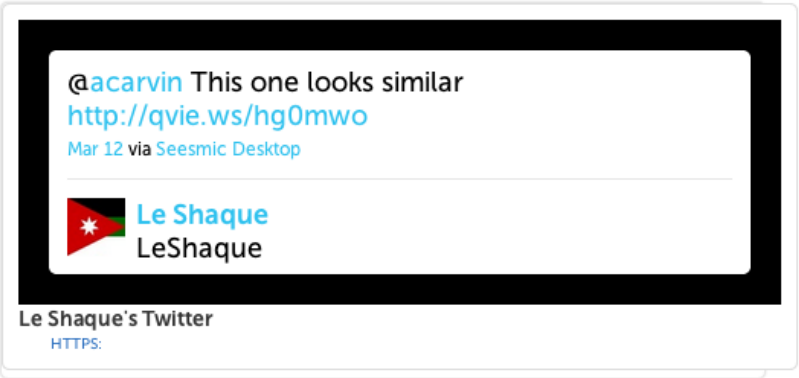
5. Види на следниот линк
6. Види на следниот линк

(Текстот во твитовите е: Сè започна на 12 март 2011 година, додека бев на настаното „SXSW“ во Остин, Тексас, како учесник на сесијата посветена на социјалните медиуми и Блискиот Исток, во организација на „Њујорк тајмс“.

Додека траеше сесијата, добив твит од @jan15egy со барање да проверам нешто.)

По дојавата, Карвин ги повикал своите следбеници да му помогнат да потврди дали минофрлачот навистина е израелски. Тие одговорија со мешавина од корисни совети и ставови, вклучително и неколку ставови што водеа во ќорсокак. Сепак, на крајот доби специфична информација што помогна да одговори на прашањето:

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

На крајот се покажа дека оружјето не е израелско, туку потекнува од Индија. И воопшто не стануваше збор за минофрлачка граната. Карвин вели дека една причина поради која знаел дека ја има точната информација е затоа што ја слушнал од повеќе извори за кои знаел дека не се меѓусебно поврзани.

„За она што го направивме во случајот со наводното израелско оружје, многу луѓе, во суштина, ми ја дадоа истата информација, а не се знаеја едни со други, па јас решив да пренесам дел од тоа искуство на мојот профил на 'Сторифај'", вели Карвин.

Важно е да запомниме дека нешто што му помогна на Енди Карвин да го стори тоа што го стори беше да побара помош од други луѓе на еден мошне човечки и отворен начин. Оние со кои тој стапи во контакт ги третираше како колеги, а не само како извори на кои може да им наредува да направат нешто. Новинарите и другите што просто наредуваат наоколу добиваат многу малку за возврат, а третирањето на другите како луѓе е тоа што ја прави целата разлика.

Воениот дописник на „Њујорк тајмс", К. Џ. Чиверс (Christopher John Chivers), искористи сличен пристап како Карвиновиот за верификација на бомби и гранати користени во различни конфликти, и вели[7] дека процесот доаѓа до вистината многу побрзо отколку што било можно во минатото.

За секоја информација веројатно ќе има такви во вашиот социјален круг (или во нивните поширок мрежи на врски), кои се добро информирани и ја знаат вистината за тој инцидент или настан. Само треба да ги пронајдете.

Чиверс вели: „Во овој случај, докажувањето беше можно со помош на стандардните алатки за теренско покривање воени состојби: Волјата да се работи на терен, дигитална камера, сателитска конекција на интернет, преносен сметач, сметка за електронска пошта и извори со специјализирано знаење. Но, имавме и новина што е одраз на новите начини на кои војната може да се преиспитува во реално време – со користење на алатките на социјалните медиуми за формирање краткотрајни групи стручњаци на некоја социјална мрежа."

Чиверс ги пофали и достигнувањата на еден британски „граѓански новинар"[8] по име Браун Моусес (Brown Moses – „Кафеавиот Мојсеј"). Тој е блогер со вистинското име Елиот Хигинс (Eliot Higgins), кој развил експертиза на полето на хемиското оружје преку прегледување и верификување илјадници видеа од конфликтот во Сирија на Јутјуб.

Хигинс нема формално образование ниту во новинарството, ниту во областа на воената опрема и вооружувањето, но стана клучна алка во синџирот на верификација до тој степен што професионалните новинари како што е Чиверс, па дури и агенциите за меѓународна помош почнаа да се потпираат на него. Нови, клучни извори, како што е „Кафеавиот Мојсеј", може да се појават во одредени ситуации, било поради тоа што долго време се занимаваат со одредено прашање, или затоа што се нашле на вистинското (или на погрешното) место во вистинско време.

7. Види на следниот линк
8. Види на следниот линк

ОДГОВОРЕН КРАУДСОРСИНГ

Едно нешто што треба да го запомнат сите, без оглед дали се или не се новинари, кои се обидуваат да соберат и да верификуваат информации во време на криза, е дека и тие се извор на информации за други луѓе кога користат социјални медиуми, како што се Твитер, Фејсбук или „Гугл плус“. Тоа значи дека секоја непотврдена информација што ја поставувате додека работите на верификација може да придонесе за забуната и конфузијата околу некој настан.

Имајте го предвид тоа додека твитувате или поставувате информации барајќи потврда. Најдобриот приод е да бидете колку што е можно поотворен за тоа што се случува и постојано да ги потсетувате вашите следбеници и социјални врски дека не пуштате во оптек непотврдени информации, туку барате помош.

За да се спречи секаква забуна, јасно покажете што знаете, а што не знаете, и за кои информации ви е потребна помош за да ги потврдите. За некои видови чувствителни или потпалувачки информации, подобро е да се обидете да ги потврдите со користење „офлајн“ методи пред да преминете на социјалните медиуми или други онлајн методи. Внимавајте секогаш да ги означите информациите како „непотврдени“ или „гласини“, но таквите ознаки често се губат откако ќе почнат да се шират наоколу. Сите имаме одговорност да ја земеме предвид таа реалност и да не придонесуваме дополнително за конфузија или дезинформации во некоја кризна ситуација.

МОЌТА НА ТОЛПАТА

Алгоритмите и автоматизираните пребарувања може да генерираат огромен број содржини поврзани со некој ударен настан, како што ќе покажеме во следното поглавје. Сепак, веројатно само човечки суштества може ефикасно да ги „просеат“ и да ја фатат смислата на толкав број содржини во реално време. Како што покажуваат примерите на Енди Карвин и „Кафеавиот Мојсеј“, најдобрата алатка за тоа е мрежа од доверливи извори фокусирани или на една одредена тема, или на специфична физичка локација – мрежа што може да ја користите како сопствена „краудсорсирана“ редакција.

Влегувањето во тој вид односи со изворите не треба да се земе здраво за готово. Не станува збор само за алатка или процес што ви овозможува да ја завршите работата побрзо и поефикасно – станува збор за колаборативен потфат и треба да бидете подготвени да дадете толку колку што сте добиле.

Студија на случај 6.1:
Спрепнат од арапската граматика

Том Тревинар и М. Ш.



Том Тревинар е раководител за истражувања и комуникации во „Мидан“ (Meedan), непрофитна организација за социјални технологии што работи на проектот „Чекдеск“ (Checkdesk) за развој на колаборативни онлајн алатки за верификација. Твитува на @Tom_El_Rumi.



М. Ш. е сооснивач на групата „Шабаб Суриа њуз“ (Shabab Souria News – Вести од младината на Сирија), кој ја создал со група пријатели според анализата на динамиката на односите на граѓанските медиуми и известувањето на мејнстрим медиумите за време на востанијата во Тунис, Египет и во Либија на почетокот на 2011 година.

„Шабаб Суриа“ е мрежа од Сиријци што живеат во и надвор од Сирија и соработуваат со користење онлајн алатки на верификување и објавување ажурирани теренски извештаи од цела Сирија. Групата функционира строго како администрирана отворена група на Фејсбук, а членовите ја „краудсорсираат“ верификацијата на стотици извештаи што дневно се објавуваат на официјалните медиуми и на социјалните мрежи. Потоа ги објавуваат верификуваните содржини на арапски и на англиски јазик, на „Чекдеск“.

„Чекдеск“ (Checkdesk) е платформа со отворен изворен код што е наменета за редакции и медиумски колективи за верификување и објавување дигитални медиумски извештаи за вонредни настани. „Мидан“ го пушти „Чекдеск“ во употреба во јули 2013 година, заедно со шестмина водечки медиумски партнери од Блискиот Исток, кои претходно спроведоа серија работилници внатре во нивните заедници за да ги обучат граѓаните во областите на медиумска писменост, свесноста за изворите и техниките за дигитална верификација.

Еден добар пример за тоа како „Шабаб Суриа“ работи на раскринкувањето и верификувањето новински извештаи се случи на 5 декември 2013 година. Едно лице, кое се појавува под името Шам ал-Оруба (Sham al-Orouba), постави видео преземено од Јутјуб на групата на „Шабаб Суриа“ на Фејсбук. Во видеото, брадат човек идентификуван како

член на џихадистичката група „Сејуф ал Ислам“ (Seyoof al Islam) тврдеше дека групата спровела напади врз христијанската заедница во Сајдна (Saydna) и врз манастирот Деир Херувим (Deir Cherubim).

Неговата приказна за наводните напади беше испрекината со нејасни снимки што очигледно прикажуваа оштетувања на градба на врвот од еден рид и на статуа на Исус. При доставувањето на видеото до мрежата „Шабаб Суриа“, Ал-Оруба постави едноставно прашање: „Потврдено или негирано?“

Членот Мохамед Факр Един (Mohammad Fakhr Eddin) (сите членови на групата користат псевдоними за да се заштитат) одговори брзо, посочувајќи дека суптилните граматички грешки во арапскиот јазик што го зборува презентерот не се типични за еден џихадист. Врз основа на претходното искуство од прегледување стотици видеа и други содржини поставени од џихадисти, групата често сфаќа дека тие луѓе се елоквентни говорници.

Друг корисник, Абу Набил (Abu Nabil), се согласи дека лошиот арапски на презентерот го издава и сигнализира дека тој не е тоа што се претставува. Набил додаде дека Исламот забранува напади на цркви, а друг корисник се согласи дека џихадистичките групи генерално не ги напаѓаат црквите во Сирија, освен ако за тоа не постои цврсто воено оправдување.

Шамија Си (Shamya Sy) и Мохамед Факр Един додадоа друга значајна информација за изворот: Рекоа дека лицето што го поставило видеото на Јутјуб – Низар Најуф (Nizar Nayouf) – е познато по недоволната веродостојност. Тие имаа докази дека Најуф претходно бил одговорен за ширење пропаганда во корист на режимот на Асад (Assad) за оцрнување на антиасадистичките групи.

„Тоа не може да биде потврдено од други извори“, напиша Абу Карам ал-Фарати (Abu Karam al-Faraty) во објава до групата.

Никој не успеа да лоцира други извештаи, фотографии или видеоснимки како Сејуф ал Ислам или друга џихадистичка група го напаѓа манастирот Деир Херувим или христијанската заедница во Сајдна.

Со текот на времето, членовите на групи, како што е „Шабаб Суриа“, развиваат сопствени области на експертиза, како и репутација за работата што ја вршат. Си и Ал-Фарати се познати истражувачи: Со изминатиот труд во ревносна проверка на медиумското известување, тие израснаа во веродостојни експерти во областа на верификацијата. Фактот што токму тие го идентификуваа изворот на видеото како неверодостоен ѝ даде дополнителна тежина на информацијата.

На крајот, потребни беа помалку од три часа за групата да утврди дека видеото е лажно. Со здружување на експертизата на различни членови на групата, тие можеа да проверат дали постојат други снимки или извештаи што го поткрепуваат видеото, да ја проверат и да ја истражат веродостојноста на изворите, но и да ја анализираат содржината и да ги идентификуваат аспектите што ја оспоруваат неговата автентичност.

На раскринкувањето на видеото соработуваа седуммина различни членови на групата. Лажниот џихадистички извештај, кој беше прифатен здраво за готово, можеше да придонесе за постојана пропагандна војна што не влијае само врз цивилите во Сирија, туку и врз носителите на политики во странство.

Еден корисник во дискусијата напиша: „Проблемот е во тоа што ние знаеме дека ова е лажно, но западните медиуми ќе го соберат како да е вистина.“

Сето тоа се случуваше во период кога меѓународна воена интервенција изгледаше како сосема реална можност. Оттаму, од клучно значење беше видеото да биде раскринкано – и јавно означено како такво преку социјалните медиуми што станаа клучен сегмент од текот на информациите во конфликтот во Сирија.

ГЛАВА 7:
ДОДАВАЊЕ НА КОМПЈУТЕРСКАТА КОН ЧОВЕЧКАТА ТОЛПА

Патрик Мејер



Д-р Патрик Мејер (Patrick Meier) е меѓународно признаен истражувач на полето на примена на новите технологии во хуманитарни акции. Во моментот е на позицијата Директор за социјални иновации на Институтот за компјутерски истражувања на Фондацијата Катар (Qatar Foundation's Computing Research Institute – QCRI), каде што ги развива прототипите на Следната генерација хуманитарни технологии (Next Generation Humanitarian Technologies). Пред неговата работа во Институтот, Патрик беше сооснивач и кодиректор на Програмата за мапирање кризи и рано предупредување на Хуманитарната иницијатива на Харвард (Harvard Humanitarian Initiative's Programme on Crisis Mapping & Early Warning) и Директор за мапирање кризи во „Ушахиди" (Ushahidi). Неговиот влијателен блог iRevolution има над 1 милион посетители. Патрик твитува на: @patrickmeier.

Истражувачките новинари и активистите за човекови права со децении користат широк дијапазон од стратегии за верификација на информациите во кризни ситуации и вонредни вести. Таквото знаење е дури и попотребно кога станува збор за растот на корисничките содржини.

Сепак, многумина сè повеќе се вртат кон „напредната компјутерска обработка" за забрзување и, ако е можно, за автоматизација на процесот на верификација. Како и со сите други техники, користењето напредна компјутерска обработка за верификација на содржините на социјалните медиуми речиси во реално време истовремено ветува многу, но има и голем број недостатоци.

Напредната компјутерска обработка се состои од два елементи: Машинска и човечка обработка на податоци. Првата користи техники од областа на процесирање природни јазици (Natural Language Processing (NLP)) и машинско учење (machine learning (ML)), а втората се потпира на методите на краудсорсинг и микрозадачи (microtasking).

Примената на напредната компјутерска обработка при верификацијата на кориснички содржини во моментов е ограничена, затоа што се работи на ново поле на истражување, а платформите и техниките за верификација опишани во ова поглавје сè уште се во фаза на развој и тестирање. Како резултат на тоа, останува да се види колку нова вредност ќе внесат во процесот на верификација, но напредокот на технологијата веројатно ќе продолжи и ќе донесе нови методи што ќе помогнат во автоматизацијата на елементи од процесот на верификација.

Ова е значаен момент за примената на напредната компјутерска обработка на податоци при верификацијата на кориснички содржини: во развој се три нови проекти во оваа област. Ова поглавје нуди преглед на тие проекти, заедно со позадината во однос на тоа како се користат (и како се комбинираат) човековата и машинската компјутерска обработка во процесот на верификација. Пред да почнеме, дозволете ми да додадам едно објаснување: Јас ги предводев дигиталните хуманитарни акции опишани подолу – во Хаити, на Филипините и во Пакистан. Освен тоа, активно сум вклучен во проектот „Верили" (Verily) и во создавањето на алатката за веродостојност на Твитер (Credibility Plugin), кои исто така се спомнуваат во поглавјето.

ЧОВЕКОВА КОМПЈУТЕРСКА ОБРАБОТКА

Кај човековата компјутерска обработка на податоци, позната и како групна обработка, машината пренесува дел од задачите на еден човек или на група (толпа). Машината потоа ги собира и ги анализира обработените задачи.

Еден од раните примери за користење човекова компјутерска обработка во кризна ситуација се случи по земјотресот во Хаити во 2010 година. Фирмата „Ушахиди" (Ushahidi Inc.) воспостави платформа за човекова компјутерска обработка на интернет за преведување итни текстуални пораки од креолскиот јазик, кој се зборува на Хаити, на англиски јазик. Пораките доаѓаа од заедниците погодени од катастрофата во и околу Порт о Пренс (Port-au-Prince). Преведените текстуални пораки потоа беа подложени на тријажа и беа мапирани на Кризната мапа на Хаити на „Ушахиди". Иако преводот на пораките беше првиот и единствен пат „Ушахиди" да користи платформа за човекова компјутерска обработка за распределување задачи што се однесуваат на информации од кризни ситуации, успехот на оваа информатичка техника ја потцрта вредноста што ја додава таа во одговорот на природни катастрофи.

Следниот пример на користење човекова компјутерска обработка на податоци се случи во 2012 година, во одговорот на тајфунот Пабло (Typhoon Pablo) на Филипините. На барање на Обединетите нации, Дигиталната хуманитарна мрежа – ДХМ (Digital Humanitarian Network – DHN) ги собра и ги анализираше сите твитови објавени во првите 48 часа од ударот на тајфунот. Попрецизно, од волонтерите на ДХМ беше побарано да ги идентификуваат сите фотографии и видеа објавени на Твитер, на кои се гледаше штетата предизвикана од силните ветрови и врнежи. За спроведување на таа операција, ДХМ ја користеше платформата за „микротаскинг" со отворен изворен код „CrowdCrafting" за означување на индивидуалните твитови и фотографии. Обработените податоци потоа беа користени за создавање кризна мапа на штети нанесени од катастрофата.

Успешната акција со човекова обработка на податоци за време на тајфунот Пабло го поттикна основањето нова, подобрена платформа за „микротаскинг", наречена „МикроМаперс" (MicroMappers). Развиена со користење на софтверот на „CrowdCrafting", за првпат „МикроМаперс" беше искористена во септември 2013 година за означување на твитовите и фотографиите објавени на интернет по земјотресот во Балучистан (Baluchistan). Операцијата ја спроведе ДХМ на барање на канцеларијата на ООН во Пакистан.

Сумирано, човековата компјутерска обработка допрва почнува да станува значајна за заедницата на хуманитарни работници. Сепак, досега, човековата компјутерска обработка не е користена за верификација на содржини на социјалните медиуми.

ПЛАТФОРМАТА „ВЕРИЛИ“ (VERILY)

Платформата „Верили“, во чиј развој помагам и јас, користи човекова компјутерска обработка на податоци за брз краудсорсинг на докази што ги потврдуваат или ги дискредитираат информациите објавени на социјалните медиуми. Очекуваме „Верили“ да биде користена како помош во одвојувањето на спротивставените извештаи за штети нанесени од природни катастрофи, нешто што често се случува за време на, и по големи катастрофи. Се разбира, платформата би можела да се користи за верификација на фотографии и видеоснимки.

„Верили“ е инспирирана од натпреварот „Црвен балон“ (Red Baloon Challenge), воспоставен во 2009 година од страна на Агенцијата за напредни истражувачки проекти во одбраната (Defence Advanced Research Projects Agency – DARPA). Предизвикот бара од учесниците точно да ја идентификуваат локацијата на 10 црвени метеоролошки балони поставени во различни делови на САД.

Луѓето од победничкиот тим од Институтот за технологија во Масачусетс (Massachusetts Institute of Technology – MIT) ги пронајдоа сите десет балони за помалку од девет часа, без воопшто да станат од своите компјутери. Тие се потпреа на социјалните медиуми, особено на Твитер, за да ја мобилизираат јавноста. На почетокот од натпреварот, тимот објави дека ако победат, наместо да ја задржат наградата од 40 000 долари во готово, тие ќе ја поделат со граѓаните што ќе им помогнат во потрагата по балоните. Поточно, тие ги поттикнаа луѓето да ги поканат членовите на нивните социјални мрежи да се вклучат во потрагата, пишувајќи: „Даваме 2 000 долари по балон на првото лице што ќе ни ги прати точните координати, но тоа не е сè – ќе му дадеме и 1 000 долари на лицето што го поканило наоѓачот. Потоа ќе му дадеме 500 долари на кој и да е што го поканил поканувачот и по 250 долари на оној што го поканил него, итн.“

Платформата „Верили“ го користи истиот механизам за стимулирање во форма на поени. Наместо барање балони низ целата земја, платформата ја олеснува верификацијата на извештаи објавени на социјалните медиуми за време на катастрофи за покривање далеку помала географска област – обично еден град.

На „Верили“ гледајте како на табла на „Пинтерест“ (Pinterest) со прикачени предмети што се состојат од прашања „да“ или „не“. На пример: „Дали Бруклинскиот мост беше затворен поради ураганот Сенди?“ Корисниците на „Верили“ може да го споделат таквото барање за верификација на Твитер или на Фејсбук, како и да пратат електронска пошта до луѓе за кои знаат дека живеат во близина на мостот.

Тие што имаат докази за одговорот на тоа прашање, одговорот го поставуваат на командната табла на „Верили“, која е поделена на два дела: Во едниот се поставуваат докази за позитивен одговор на прашањето што треба да се верификува, а вториот е за докази за негативен одговор.

Видовите докази што може да бидат објавени вклучуваат текст, фотографии и видеа. Секој единичен доказ поставен на таблата на „Верили“ мора да биде придружен со објаснување од лицето што го објавило во однос на тоа зошто доказот е релевантен и веродостоен.

Значи, една паралелна цел на проектот „Верили“ е да изврши краудсорсинг на критичкото мислење. Се очекува платформата да почне со работа на почетокот на 2014 година, на адресата www.Very.ly.

МАШИНСКА ОБРАБОТКА НА ПОДАТОЦИ

Земјотресот со магнитуда од 8,8 степени што го погоди Чиле во 2010 година беше тема за која нашироко се известуваше на Твитер. Како што обично се случува, заедно со тој бран кризни твитови, дојде и бранот гласини и лажни информации.

Една таква гласина се однесуваше на предупредување за можно цунами во Валпараизо (Valparaiso). Друга гласина беа извештаите за масовни грабежи во некои квартови во Сантијаго (Santiago). И покрај ширењето на тој вид гласини, поновите емпириски истражувања покажуваат дека Твитер има механизам за самокорекција. Студија на твитовите поставени по земјотресот во Чиле откри дека корисниците на Твитер обично реагираат против неверодостојните твитови со оспорување на нивниот кредибилитет.

Преку анализа на таквите реакции, истражувачите покажаа дека веродостојноста на твитовите може да се предвиди. Соодветната анализа заснована врз податоци покажа и дека твитовите со одредени одлики и особини често се лажни. Такви се, на пример, должината на твитовите, тонот и зборовите што ги користат, како и бројот на хаштагови и емотикони што се користат, и тие обезбедуваат показатели за веројатното ниво на веродостојност на пораките што се содржани во твитот. Истото важи и за твитови што вклучуваат линкови до фотографии и видеа – јазикот што се користи во твитови што содржат линк до мултимедијални содржини може да се искористи за да се утврди дали тие содржини се или не се веродостојни.

Заедно, таквите податоци им ги даваат параметрите и информациите на машините, кои им се потребни за да ја предвидат точноста на твитовите и други содржини на социјалните медиуми. Тоа ја отвора вратата кон една поголема улога за автоматизација во процесот на верификација за време на природни катастрофи и други вонредни настани и кризни ситуации.

Од гледна точка на практичната примена, тие наоди сега се користат за развој на алатка за утврдување на веродостојноста „Credibility Plugin“ за Твитер. Во тој потфат е вклучен и мојот тим во Катарскиот институт за компјутерски истражувања, во партнерство со Институтот за информатички технологии „Индрапрашта“ (Indraprashta Institute of Information Technology) од Делхи, Индија.

Таа алатка ќе ги оценува индивидуалните твитови на скала од 0 до 100 врз основа на веројатноста за тоа колку содржината на одреден твит ќе се смета за веродостојна. Алатката би требало да почне да се користи на почетокот на 2014 година. Главната предност на тоа решение за машинско сметање е дека е целосно автоматизирано, што значи дека е поскалабилно од платформата за човеково сметање „Верили“.

ХИБРИДНА ОБРАБОТКА НА ПОДАТОЦИ

Платформата „Вештачка интелигенција за одговор на природни катастрофи“ (Artificial Intelligence for Disaster Response – AIDR) е хибрид од човекови и машински информатички модели.

Платформата комбинира човекова компјутерска обработка (микротаскинг) и машинска компјутерска обработка (машинско учење). „Микротаскингот“ (микрозадачи) е практика на делење една голема задача на многу помали задачи. Машинското учење вклучува и подучување на еден компјутер како да изврши одредена задача.

Платформата „Вештачка интелигенција за одговор на природни катастрофи“ им овозможува на корисниците да обучат некој алгоритам со цел да ги пронајде информациите за кои се заинтересирани на Твитер. Процесот на учење се врши преку „микротаскинг“. На пример, ако во Црвениот крст се заинтересирани да го следат Твитер за споменувања штети на инфраструктурата по природна катастрофа, персоналот на Црвениот крст ќе го користи интерфејсот за микротаскинг на платформата „Вештачка интелигенција за одговор на природни катастрофи“ со цел да ги означи (избере) индивидуалните твитови што споменуваат некаква штета. Алгоритамот ќе научи од овој процес и автоматски ќе ги пронајде другите твитови што споменуваат штета.

Таквиот хибриден пристап кон обработката на податоци може да се користи за автоматска идентификација на гласини врз основа на еден почетен сет од твитови што се поврзани со тие гласини. Брзата идентификација на гласини и нивните извори е значајна компонента во верификацијата на кориснички содржини. Таа им овозможува на новинарите и на хуманитарните работници да ги следат информациите од претходно, до нивниот извор, и да знаат кого да го контактираат за да преминат на следниот клучен чекор во верификацијата на информациите.

Секако, целта не треба да биде само да се идентификуваат лажните или привлекувачките информации на социјалните медиуми, туку и да се даде противодговор и да се коригираат тие информации во речиси реално време. Првата верзија на платформата „Вештачка интелигенција за одговор на природни катастрофи“ беше пуштена во употреба во ноември 2013 година.

ЗАБРЗУВАЊЕ НА ПРОЦЕСОТ НА ВЕРИФИКАЦИЈА

Како што веќе забележавме, почетните фази на платформите за верификација придвижувани од напредна компјутерска обработка покажуваат дека нивната вредност во верификацијата на кориснички содржини допрва треба да се види и да се потврди. Дури и ако се покажат како успешни, нивните први верзии ќе се соочуваат со значајни ограничувања. Но, ваквите рани потфати се од клучно значење за движењето кон полнозначна примена на напредното сметање во процесот на верификација.

Едно ограничување што постои во моментот е тоа што платформата „Вештачка интелигенција за одговор на природни катастрофи“, како и планираниот „плагин“ за веродостојност, опишани погоре, целосно зависат од само еден извор: Твитер. За триангулација на извештаите преку различни извори, медиуми и јазици ќе бидат потребни платформи што ќе може да покриваат различни медиуми. Иако „Veri.ly“ се приближува кон точката во која може да ја задоволи таа потреба, таа платформа целосно зависи од човековото внесување информации, а тоа не е лесно скалабилно.

Во секој случај, таквите решенија ни оддалеку не се „сребрениот куршум“ на верификацијата што многумина би сакале да го видат. Како и другите информатички платформи, и тие може да бидат измамени или саботирани ако се вложат доволно време и напор. Сепак, тие алатки нудат можност за забрзување на процесот на верификација и веројатно само ќе напредуваат како што ќе се вложуваат нови напори и инвестиции во таа област.

Студија на случај 7.1: Како „ОупенСтритМап“ (OpenStreetMap) користеше луѓе и машини за мапирање на областите погодени од тајфунот Хаијан

Ден Стовел



Ден Стовел е информатичар што е специјализиран за анализа на звукот. Тој редовно соработува со платформата „ОупенСтрит Мап“ (OpenStreetMap) и е дел од нејзиниот хуманитарен тим – иницијатива што изработува дигитални мапи, распоредува теренски работници и изработува софтверски решенија „по нарачка“ за намалување на ризикот од катастрофи. Работел на развој на софтвер со отворен изворен код и на проекти за машинско учење, а денес е истражувач во Центарот за дигитална музика на Универзитетот „Кралицата Мери“ во Лондон (Queen Mary University of London›t Centre for Digital Music). Неговата интернет-страница е достапна овде.

„ОупенСтритМап“ (OpenStreetMap) е база на географски карти, изградена на модел на уредување од заедницата и отворено авторско право што многумина веќе го знаат од примерот на Википедија (Wikipedia). Таа нуди некои од најдеталните јавно достапни мапи – особено за земјите во развој.

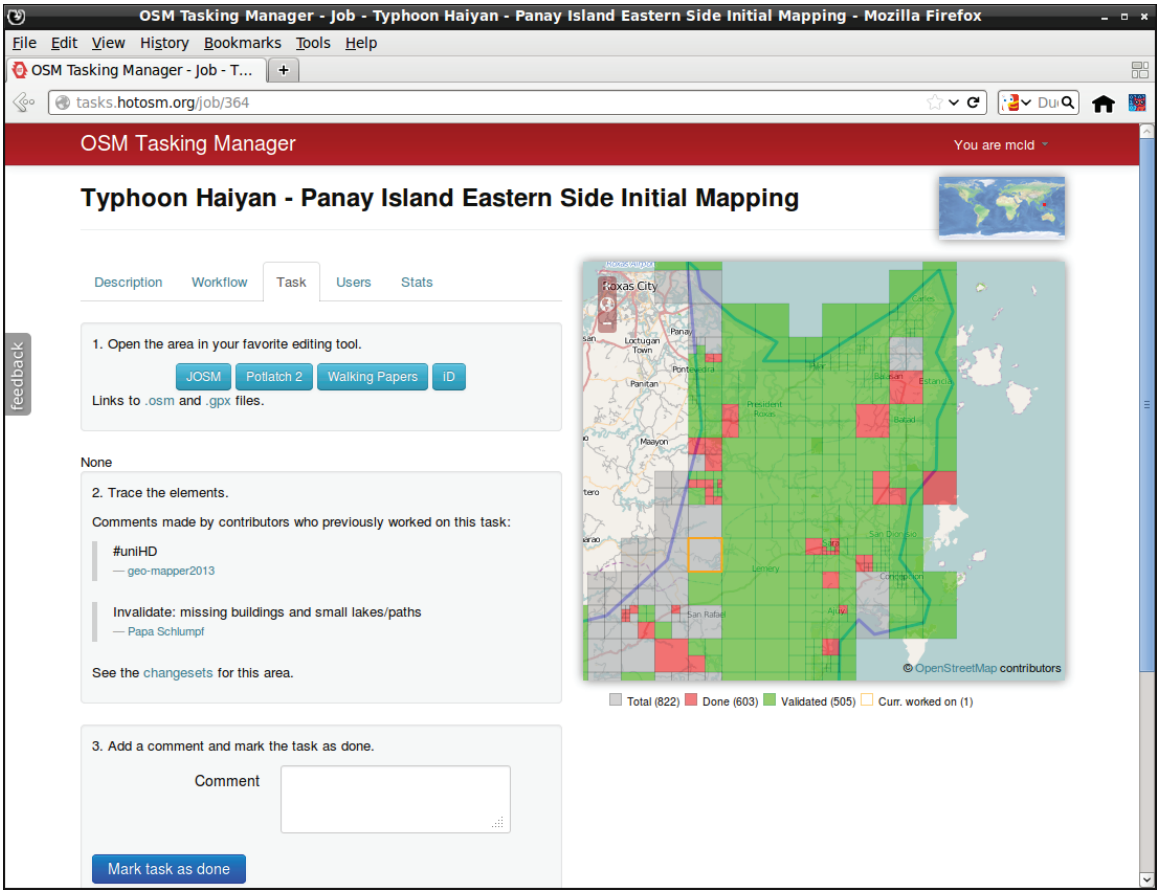
Кога Филипините беа погодени од тајфунот Хаијан во 2013 година, група волонтери картографи се собраа за да ги мапираат и да ги потврдат настанатите штети. Потфатот беше координиран од Хуманитарниот тим на „ОупенСтритМап“ (Humanitarian OpenStreetMap Team – HOT), кој одговара во случаи на хуманитарни кризи со „активирање“ волонтери со цел да ги мапираат погодените подрачја со голема брзина. Работата е комбинација од човекова валидација и автоматизирана анализа за да се добијат резултати што потоа ги користат Црвениот крст, „Лекари без граници“ (Mèdecins Sans Frontières) и други со цел да ги насочуваат тимовите што работат на терен.

Хуманитарниот тим на „ОупенСтритМап“ одржува мрежа од волонтери што ги координира преку листа за праќање електронска пошта и на други начини. Дваесет и четири часа пред да удри тајфунот, членовите дискутираа за кои области постои веројатност да бидат погодени и го проценуваа квалитетот на постојните податоци, подготвувајќи се за брз одговор.

Кога тајфунот стигна до Филипините и беше потврден како хуманитарен инцидент, Хуманитарниот тим на „ОупенСтритМап“ ја повика мрежата од волонтери да придонесат за мапирање на областа, вклучувајќи и специфични приоритети за мапирање според барањата на агенциите за хуманитарна помош. Се работеше на две главни цели. Првата

цел беше да се обезбеди детална општа мапа на населените области и патишта. Втората цел беше да се обезбеди слика за состојбата на теренот по природната катастрофа. Каде има оштетени или уништени згради? Кои мостови се урнати?

Координацијата и приоритизацијата на работата се вршеа преку интернет-страницата „HOT Tasking Manager“ (Управител на задачи на Хуманитарниот тим на „ОупенСтрит-Мап“), прикажана на долната слика, а станува збор за платформа за „микрозадачи“ за изработка на мапи. Таа им овозможува на администраторите од Хуманитарниот тим на „ОупенСтритМап“ да определат колку „работи“ треба да бидат извршени – мапирање патишта и згради во претходно дефинирана област – и да ја поделат секоја работа на помали „задачи“ што може да бидат завршени од еден волонтер картограф со прецртување од фотографии снимени од авион.



За време на одговорот на тајфунот Хаијан, свој придонес дадоа повеќе од 1 500 лица, при што понекогаш и 100 од нив истовремено го користеа „Tasking Manager“. Поделбата на задачите се покажа како клучна за да се постигне најдоброто од таков огромен труд.

Откако ќе ја прифати задачата, корисникот ја уредува својата област на „ОупенСтритМап“ и потоа може да го означи своето квадратче со „Done“ („Завршено“, види ги црвените квадратчиња на сликата). Сепак, „Tasking Manager“ бара второ, поискусно лице за да ја прегледа завршената работа пред да ја означи задачата со „Validated“ („Потврдено“, со зелена боја). (Ако задачата не е завршена правилно, второто лице што контролира го отстранува статусот „Done“.) Соработниците може да остават коментари на страницата на задачата, посочувајќи ги причините за неодобрувањето или сите отворени прашања на кои наишле за време на мапирањето.

Снимките од воздух се клучни со цел „картографите од фотеља“ да може да придонесат од далечина со следење на патиштата, зградите и останатата инфраструктура. На уредниците на „ОупенСтритМап“, Мајкрософт им обезбедува пристап до глобалните каталози на фотографии на Бинг, а тие беа користени и за време на ударот на тајфунот Хаијан.

Претставници на Хуманитарниот тим на „ОупенСтритМап“ исто така се поврзаа со агенции/компании како што се НАСА, Геолошкиот топографски институт на САД (US Geological Survey – USGS) и „ДиџиталГлоуб“ (DigitalGlobe) за да обезбедат снимки од воздух со висока резолуција. Откако доби пристап до таквите материјали, Хуманитарниот тим на „ОупенСтритМап“ подготви нови задачи во „Tasking Manager“, барајќи од волонтерите дополнителна потврда и подобрување на основната мапа на Филипините.

„Tasking Manager“ е највидливиот чекор во процесот на потврда, но екосистемот на „ОупенСтритМап“, исто така, содржи и многу автоматизирана (машинска) потврда. Софтверот за уредување географски карти *JOSM* автоматски ги потврдува промените што ги направил некој корисник пред објавувањето, со предупредувања дека некои податоци изгледаат неверојатно, на пример, зграда што се преклопуваат една со друга или реки што се крстосуваат без да се спојат.

Други автоматски алатки редовно ја прегледуваат базата на податоци на „ОупенСтритМап“ и посочуваат на можни проблеми. Искусните изработувачи на мапи често ги користат таквите алатки за ревизија на објавеното: Може да ги поправат или да ги поништат проблематичните внесувања или директно да го контактираат корисникот што ги внел.

Работната процедура (во комбинација со постојана координација и комуникација преку листи за електронска пошта, блогови или страници „wiki“) нуди структура за потврда што оди подалеку од моделот на човечка заедница на „ОупенСтритМап“.

Моделот останува мошне отворен, без претходна модерација и со полуформална хиерархија на валидатори, но сепак, тој брзо произведува детални мапи што се од голема вредност за меѓународните агенции за хуманитарна помош.

Бидејќи податоците се отворени, агенциите што одговорија на потребите по ударот на тајфунот Хаијан можеа да ги користат на различни начини: ги печатеа како географски карти; ги снимаа на уредите за сателитска навигација (*SatNav*) на хуманитарните тимови; ги користеа за лоцирање населени места, како што се селски населби; и ги анализираа за да ги разберат урнеците на ширење заразни болести.

Таквите брзо ажурирани податоци може да им бидат од полза на новинарите што имаат одредени познавања во работата со геоподатоци, на пример, да обезбедат геолоцирани, контекстуализирани информации со цел податоците што доаѓаат до други извори, како што се твитови, да ги потврдат тврдењата за релативните ефекти во различни географски области или да подготват инфографици за влијанието и ширењето на некоја природна катастрофа.

ГЛАВА 8:
ПОДГОТОВКА ЗА ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ПРИРОДНИ КАТАСТРОФИ

Сара Најт



Сара Најт (**Sarah Knight**) е регионален директор за содржини во Локалното радио на Еј-би-си (ABC Local Radio) во Западна Австралија. Во 25-те години работа во Австралиската радиодифузна корпорација (Australian Broadcasting Corporation – ABC), Најт учествувала во известувањето за повеќе кризни ситуации за Локалното радио, вклучувајќи ги и пожарите во „Ролистоун Келмскот“ (Roleystone Kelmscott) и на реката Маргарет (Margaret River) во 2011 година, како и тропскиот циклон Расти (Tropical Cyclone Rusty) во 2013 година. Таа е водечки обучувач за практики за известување во кризни ситуации во Еј-би-си. Најт го надгледува персоналот во шест радиостаници во Западна Австралија, од јужниот регион со чести пожари и поплави, до северниот регион со циклони, пожари и поплави.

Во кризни ситуации, новинските организации традиционално имаат две информативни улоги. Првата е да им понудат информации на граѓаните, на кои им се потребни за вистинска реакција на настанот. Таквите информации мора да бидат јасни, навремени и недвосмислени. Информациите често доаѓаат директно од владини агенции и тела, војската, противпожарната служба, полицијата или друг официјален извор.

Втората улога е онаа што ја практикуваат редакциите (или треба да ја практикуваат) секој ден – да споделуваат критички информации на правичен начин, без предрасуди или во нечија полза.

Денес постои и трета улога. Денес луѓето често прво дознаваат за заканата од некаква кризна ситуација од социјалните медиуми. Наместо да бидат првите што ќе информираат за некаква кризна ситуација, редакциите и други организации често се наоѓаат во позиција да бидат клучен втор извор за верификација, филтер што ги одвојува сигналите со вистинските пораки од дезинформациите и гласините.

Добрата подготовка е клучна за да доставите точна информација до оние на кои им е потребна – и да обезбедите дека нема случајно да ширите лажни информации.

Што може да направите за да обезбедите дека ќе ја добиете информацијата што е потребна за безбедноста на луѓето и да останете веродостоен извор на информации во време на хаос и конфузија? Во ова поглавје ќе разгледаме неколку едноставни начини за тоа како да се подготвите вие и вашите колеги за да испорачате квалитетни и навремени информации за време на криза.

ЕЛЕМЕНТИ НА ПОДГОТОВКАТА

Првото нешто е да одлучите каква информативна улога ќе прифати вашата организација. Дали известувате и/или ѝ помагате на заедницата со пренесување предупредувања и навремени совети? Австралиската радиодифузна корпорација ги одвојува тие две работи една од друга. Редакцијата известува, а нашите програми на Локалното радио и, во одреден степен, нашиот 24-часовен информативен канал „Њуз24“ (News24) објавуваат официјални предупредувања и совети, а дури потоа известуваат.

Политиката на Еј-би-си покажува дека емитувањето за време на кризи се состои од пренос на формални и официјални предупредувања поврзани со кризниот настан и пренесување информации обезбедени од други извори, вклучително и повици од слушателите и социјалните медиуми, како и известување за обновата. Таа политика не се однесува на „Персоналот и надворешните соработници на Одделот за вести на Еј-би-си (ABC News Division) и нивното известување за кризните настани“.

ЛОКАЛНИ ИНФОРМАЦИИ

По дефинирањето на вашата улога (или улоги), следно е вашите луѓе да ги опремите со локални информации што им се потребни со цел брзо да одговорат на потребите и да ги разберат импликациите од некоја можна закана. Тоа значи анализа на видот на кризни ситуации што е веројатно дека би можеле да настапат во вашата област и подготовка за нив.

Некои прашања што би требало да бидат разгледани се:

- Кои се најчестите и најверојатни природни непогоди во нашата географска област?
- Каков вид кривични дела или кризи најчесто се случуваат?
- Кои се значајните инфраструктурни објекти во областа (автопатишта, мостови, итн.)?
- Дали има чувствителни владини тела или воени инсталации што би можело да бидат цел на напад?
- Кои се ризичните патишта или други инфраструктурни елементи што често се сцена на кризни инциденти?
- Кои соседства/региони се дом за банди, бунтовнички групи и сл.?

Сега, откако идентификувавте некои од најверојатните ситуации, почнете да подготвувате листа на авторитативни извори – официјални и неофицијални – што ќе имаат корисни, значајни информации.

Тоа ги вклучува службите за итни интервенции (Дали се присутни на Твитер или на Фејсбук? Може ли да направите листа од такви служби за да ви биде при рака ако се случи нешто?), како и локалните експерти од универзитетите, невладините организации и владините служби, но и лицата за комуникација на значајни тела, компании и други организации.

Соберете телефонски броеви, сметки на Твитер, страници на Фејсбук, и внесете ги во еден централен, лесно достапен формат, без оглед дали тоа ќе биде споделена база на податоци, сметководствена табела или друга форма. Организирајте ги контактите според вид на ситуација во која би можело најмногу да бидат од полза.

ГРАДЕЊЕ ОДНОСИ

На сите новинари и хуманитарни работници им се потребни контакти. Сепак, не станува збор само за чувањето телефонски броеви во именикот и други податоци – станува збор за односите со луѓето. Станува збор за доверливи извори за кои знаете дека може да ги повикате кога ви се потребни квалитетни информации. И извори што ви веруваат вам.

Таквата доверба нема да се развие одеднаш во време на криза.

Мора да бидете проактивни. Ако е можно, сретнете се лично со изворите. Поканете ги да ја посетат вашата редакција, канцеларија или деловните простории. Покажете им што правите со информациите што ви ги даваат. Објаснете како вие ќе им помогнете со цел нивната порака да стигне до луѓето на кои им е потребна. Пронајдете време да ги посетите и да видите како функционираат за време на кризна ситуација. Разберете ги нивните работни процеси и процедури, но и притисокот што го издржуваат. Тоа што ве знаат лично ќе ви обезбеди првенство кога се зафатени со многу барања за информации.

Освен односите со клучните вработени во службите за управување со кризи и други организации/тела, разгледајте го и односот со вашата публика.

Дали таа знае дека ќе ѝ обезбедите навремени информации? Дали знае кога најверојатно ќе ги слушнат или ќе ги видат таквите информации? Дали знае какви услуги нудите – или не нудите – во кризни ситуации?

Еден начин редакциите да ја пренесат пораката дека ќе бидат извори на информации што може да им помогнат на граѓаните се приказните за подготвеноста во кризни ситуации. На пример, ние во Еј-би-си објавуваме извештаи што нудат прогноза за тоа како ќе изгледа претстојната сезона на пожари, како и водичи за пакување комплети за итни ситуации. Редакциите, агенциите за помош и други организации може да понудат таков вид содржини, а тоа помага и да ја поставите сцената за претставување на начините на кои вие може да ѝ бидете од полза на јавноста.

Исто толку значајно е да се обезбеди информациите да течат и во спротивната насока. Вашата публика и заедница ќе претставуваат непроценливо значаен извор на информации во кризна ситуација. Охрабрете ја публиката да ви се јавува, да ви праќа информации преку електронска пошта или со кратки текстуални пораки на мобилен телефон. За почеток, тоа може да бидат информации за блокади на сообраќајот, фотографии од времето надвор и други информации.

ОБУКА НА ПЕРСОНАЛОТ

Ние во Еј-би-си почнуваме со План за емитување во кризни ситуации (Emergency Broadcast Plan). Тој содржи јасни упатства за постапување со официјални предупредувања во емитуваната програма и информации како што се мапи за покриеност со сигнал со цел да се обезбеди дека предупредувањата ќе стигнат до погодените.

Нашиот план содржи и информации што водителите може да ги користат во програма за да им помогнат на луѓето. Тие информации доаѓаат од различни тела за управување со кризи. На пример: „Наполнете ја кадата со вода што може да ја користите за гаснење

мали огнови во случај на пад на притисокот во системот за водоснабдување“ или „Прицврстете ги сите прозорски капаци за заштита од циклони. Приковајте штици или изложените прозорци излепете ги со самолеплива лента“.

Вашите подготовки треба да вклучуваат и собирање совети што може да ѝ бидат понудени на јавноста кога ќе настапи природна катастрофа. Таквите информации може да бидат собрани додека ги контактирате вашите извори пред да се случи нешто.

Задолжително воспоставете внатрешни процедури што од вас бараат да се поврзете со вашите извори за да обезбедите дека таквите информации се ажурирани. Ажурирањето може да се врши и според претходно дефиниран распоред ако се наоѓате во област во која постои висока веројатност да настапи криза поради лошо време.

Во Северна Австралија, на пример, циклоните се причина за голема загриженост. До одреден степен, тие се предвидливи затоа што има сезона во која веројатноста за настанување циклони е голема. Пред да настапи сезоната, ние ги ажурираме нашите локални планови и ги контактираме телата за справување со кризи за да провериме дали информациите и контактите се точни. Со персоналот минуваме низ процедурите во мали групи На тој начин, не само што ќе обезбедиме дека информациите во планот се ажурирани, туку може да ги обновиме односите што можеби биле запоставени во периодите кога не се случува ништо.

Една алатка за која сметаме дека е од полза во обуката е поставувањето хипотетички прашања засновани врз претходни искуства. Хипотетичките прашања ги принудуваат вработените да размислат што тие би направиле во претпоставеното сценарио и понекогаш водат во жива дискусија за тоа кои би биле најдобрите практики. Технологијата и алатките се менуваат со голема брзина, а тоа може да биде одличен начин да обезбедите дека држите чекор со времето.

На пример, на различни нивоа ги поставуваме следниве хипотетички прашања:

- Што треба да правите кога временската прогноза предвидува катастрофална временска непогода?
- Што треба да правите кога ќе ви речат да го напуштите студиото?
- Што ако предупредувањето пристигне во време додека ја вршите својата нормална смена на работа?

Клучни прашања се безбедноста и здравјето на работното место. Обезбедете вашите вработени да добијат соодветна обука за однесување во зони со висок ризик. Во Австралија, на пример, противпожарните служби и службите за справување со кризи одржуваат обуки за медиумите за известување од области зафатени со пожари, а вработените не се праќаат на место каде што има пожар без да ја завршат таа обука.

На пример, агенциите и телата за управување со кризи често одржуваат медиумски обуки за да ги обучат новинарите во ризиците при посетата на пожари. Завршувањето на таквата обука може да се покаже како особено важно ако само новинарите што ја завршиле обуката бидат пропуштени од властите да влезат во областа и да известуваат. (Обуката, сама по себе, е уште еден начин со цел новинарите да остварат нови контакти во организациите за справување со кризи и да почнат да ја градат меѓусебната доверба.) Обуката е особено важна за работниците во организациите за хуманитарна помош, затоа што тие остануваат на терен подолго време.

Конечно, не запоставувајте ги нововработените и новите членови на вашиот тим. Нашата интерна политика е да ги воведеме вработените во процедурите за емитување во кризни состојби во првите две недели од денот кога почнале да работат. За жал, кризните ситуации не чекаат прво да се одржи некаква годишна тренинг-сесија!

ВНАТРЕШНА КОМУНИКАЦИЈА

Не е доволно само да имате брзи канали за комуникација со заинтересираните страни од надвор. Потребно е да подготвите план за работа и комуникација за вас и за вашите колеги со цел да може да работите заедно.

Некои прашања што би требало да бидат разгледани се:

- Како ќе им пренесете на останатите во вашата организација што работите?
- Кој е задолжен за носење на конечната одлука што ќе се сподели/објави/емитува?
- Постои ли систем за плаќање за содржините што треба да се отстрани во време на криза?
- Дали ќе имате специјална секција на вашата интернет-страница?
- Што треба да знае или да направи вашиот тим за техничка поддршка? Што со продуцентите на вашата интернет-страница? Што со луѓето задолжени за социјалните медиуми?
- Дали се безбедни вашите предаватели и другата критична инфраструктура?

Ние во Еј-би-си развивме Ситуациски извештај (Situation Report) што се споделува преку нашиот систем за електронска пошта секогаш кога има поголема кризна ситуација. Тоа обезбедува сите да бидат запознаени со заканата и со одговорот на Еј-би-си, како и со тоа кој управува со кризата внатре во компанијата.

Ситуацискиот извештај е корисна алатка не само за внатрешната комуникација, туку и како листа за проверка за менаџерите кога постои опасност од парализа предизвикана од преголем број информации[9].

Основани се групи за дистрибуција на електронска пошта до клучниот персонал во секоја сојузна држава и тие групи редовно се одржуваат за да се обезбеди лесна и брза дистрибуција. Може да размислите и за списоци за дистрибуција преку СМС-пораки и други начини со цел информациите да ги доставите до вашите вработени. (Ние го користиме „Whispir“, внатрешна алатка за електронски/текстуални пораки што може да испорача сигнали за предупредување во случај на вонредни настани.)

За време на голема криза, како што беа неодамнешните шумски пожари во Нов Јужен Велс (New South Wales), побаравме од другите станици во мрежата да не ги повикуваат членовите на тимот што ја покриваше кризата со барања за интервјуа за кризата. Исто така, од тимовите што се надвор од погодената област бараме да не ги повикуваат властите што се грижат за одговор на кризите со цел да не придонесеме тие да бидат преплавени со повици. Понекогаш ќе задолжиме лице што ќе се справува со надворешни барања за да обезбедиме дека нашиот тим ќе продолжи со испорака на итни информации до луѓето што се под закана.

9. За повеќе информации, видете во „The Checklist Manifesto“ од Атул Гаванде (Atul Gawande)

Што се однесува до верификацијата, клучното нешто што треба да се искомуницира е процесот на собирање, проверка и одобрување за објавување или отфрлање на содржините и информациите. Кој ги проверува и кој ги прегледува? Како ќе обезбедите дека секоја содржина ќе има корист од тоа што ја прегледале повеќе очи, а тоа да не ве спречува да работите брзо и да ги пренесете значајните информации?

ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ОБНОВАТА

Организациите секогаш сакаат да известуваат и да одговорат на кризните ситуација во моментот на кулминација на катастрофата, но на погодените заедници може да им бидат потребни многу месеци, или години, за да се повратат и да се обноват. Редакциите треба да планираат и да бидат присутни и по катастрофата за да ги поддржат заедниците со корисни информации. (Тоа не е толку голем проблем со хуманитарните организации за кои тој аспект од работата, секако, е приоритетен.)

Присуството во такво време може да помогне во градењето доверба во вашата организација. Една од најчестите поплаки по кризна ситуација е чувството на напуштеност кај погодените. Треба да помогнете и во закрепнувањето на вашиот персонал. Дебрифинг по кризата е нужен за да им дозволи на луѓето да се „издуваат“ и да се осигурите дека разбирате што се случило за да може следниот пат да ги подобрите вашите услуги. А, секако ќе има следен пат.

Членовите на персоналот треба да се проверат и индивидуално. Таквите настани често предизвикуваат трауми, но не само за оние што физички заминале во областа погодена од катастрофа. Членовите на персоналот можеби се лично засегнати ако членови на нивните семејства се наоѓаат во ризична ситуација.

По шумските пожари од „Црната сабота“ (Black Saturday bushfires) во Викторија, Австралија, во 2009 година, многу вработени пријавија дека се чувствуваат немоќни откако добиле телефонски повици од очајни луѓе што се нашле заробени во опожарените зони.

По поплавите во Квинсленд (Queensland) во 2011 година, со години потоа членови на персоналот што трпеливо известуваа пројавуваа симптоми на посттрауматичен стрес.

Важно е персоналот и раководителите да ги препознаваат симптомите на стрес на работното место и да имаат на располагање алатки или ресурси за помош.

Може да известувате за некоја криза и без подготовка, но вашето известување ќе биде поефективно и помалку стресно за персоналот ако направите план, ако развиете однос со засегнатите страни, ако воспоставите канали за комуникација внатре во организацијата и ако ја обезбедите благосостојбата на персоналот преку обука, поддршка за време на некој настан и спроведување ефективни дебрифинзи.

СОВЕТ ЗА ХУМАНИТАРНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Организациите за помош треба да размислат за тоа која е целната публика за информирање. Дали вашата цел е да ги собирате информациите од изворите и да ги доставите до вашите луѓе на терен за да ги насочите нивните активности? Дали медиумите или властите ги храните со информации? Дали комуницирате директно со јавноста преку платформите на социјалните медиуми?

Ако вие не им кажувате на луѓето што работи вашата организација... кој го прави тоа? Некој ќе го прави тоа и можеби тие информации нема да бидат точни. Осигурете дека нема да настане вакуум на информации.

Студија на случај 8.1: Како „НХК Њуз“ известуваше и учеше од земјотресот во Јапонија во 2011 година

Такаши Оцуки



Такаши Оцуки (Takashi Otsuki) е заменик-раководител на Центарот за метеорологија и природни катастрофи во Одделението за вести на НХК (NHK News Department), каде што раководи со прашања за подготвеноста и планирањето на известувањето за големи природни катастрофи. Претходно работел во регионалните ограноци на јавниот радиодифузен сервис, во Одделението за вести на ТВ и во Градската рубрика, покривајќи различни видови природни катастрофи, вклучувајќи ја ерупцијата на вулканот Маунт Ојама (Mount Oyama) на островот Мијаке (Miyake), Маунт Усу (Mount Usu) на северот на Јапонија, и земјотресот во Измит, Турција, во 1999 година.

Кога силен земјотрес ја погоди Јапонија попладнето на 11 март 2011 година, главниот телевизиски канал на НХК, единствениот јавен радиодифузер во земјата, емитуваше дебата во живо.

Метеоролошката агенција на Јапонија (Japan Meteorological Agency – JMA) објави тревога 30 секунди по детектирањето на земјотресот, а НХК реагираше со тоа што веднаш објави телоп со мапа (на долната слика). На мапата беа прикажани епицентарот на земјотресот и областите што може да бидат подложни на секундарни потреси, а графичкото решение беше проследено со звучно предупредување. (JMA објавува предупредувања и тревоги врз основа на податоците од сеизмометрите поставени низ цела Јапонија.)

Една минута по предупредувањето на JMA, сите ТВ и радиопрограмски сервиси на НХК преминаа на известување за земјотресот и за поврзаното предупредување за можно цунами, во живо, од студио.



НХК директно соработува со JMA за да обезбеди високи стандарди на подготвеност за катастрофи и брза комуникација на настаните. НХК воспостави систем што ни дозволува набрзина да ги подготвиме графичките решенија и автоматски да произведеме скрипти со вести за водителите што се појавуваат во етер. НХК, исто така, спроведува обуки секој ден, по полноќ, кога не се емитува никаква програма. (Тоа е така затоа што постојано ги следиме и известуваме за земјотреси.) Таквата посветеност на подготвеноста за катастрофи значеше дека можевме брзо да преминеме на известување во живо веднаш по ударот на земјотресот.

Подготвеноста за катастрофи во НХК не зависи единствено од предупредувањата на JMA. Ние, исто така, управуваме со 500 автоматски камери во големите градови, на крајбрежните области и околу атомските електроцентрали и ги следиме снимките. Тие ни обезбедуваат огромен број снимки во живо во случај на природна катастрофа. На пример, за време на земјотресот, една камера сними бран од цунами 30 минути по детектирањето на земјотресот (на сликата долу).



Заедно со камерите, НХК користеше снимки од хеликоптери за да ги прикаже ефектите на земјотресот и цунамито. Тоа значеше дека можевме да емитуваме во живо едно незаборавно видео како цунами збришува куќи во Сендаи (Sendai) – само еден час по земјотресот (види на сликата долу).

До 2014 година ќе имаме 15 хеликоптери стационирани на 12 локации во цела Јапонија. Тоа ќе ни овозможи да стигнеме и да емитуваме снимки од секоја локација во земјата за помалку од еден час.

НХК, исто така, направи напори да го прошири известувањето за земјотресот на различни платформи. Телевизиски и радиски преноси во живо беа „стримувани“ преку платформи како што се *Ustream* и *Niconico Live*. Бевме преплавени со повици од луѓе што бараа информации за безбедноста на нивните блиски. За да може да го правиме тоа во големи размери, НХК ги постави сите информации што ги имавме на „Google Person Finder“ (Пронаоѓач на луѓе на Гугл) што „им помага на луѓето да се поврзат со пријателите и блиските по природни и хуманитарни катастрофи“.



ПРИСПОСОБУВАЊЕ И ПОДОБРУВАЊЕ

По земјотресот, НХК го приспособи пристапот кон известувањето за природни катастрофи за да ги поправи забележаните слаби страни и да го подобри она што веќе го правевме. Следуваат пет иницијативи што ги започнавме по земјотресот:

1. Го подобривме известувањето за катастрофи за да осигуриме дека може да биде разбирливо, и визуелно и звучно. Претходно, нашите емисии посветени на природните катастрофи ставаа акцент на дистанциран, фактички пристап фокусиран првенствено на пренесување на деталите за земјотресот (како што се епицентарот, очекуваната висина на можниот бран од цунами, итн.). Денес, презентерот на вести, во случај на голема криза, веднаш ќе побара од гледачите да ја евакуираат локацијата, доколку тоа е потребно. Презентерите на вестите, исто така, ја нагласуваат потребата евакуацијата да се одвива мирно, со цел да не се предизвикува паника. Освен тоа, користиме телопи и тикери што може да се појават секогаш кога има повик за итна и неодложна евакуација (види на сликата долу). Тоа осигурува дека и луѓето со оштетен слух ќе ги добијат најпотребните информации.



2. Веднаш по земјотресот во 2011 година, многу медиуми се потпираа на изјавите на властите и електроенергетската компанија во известувањето за состојбата во нуклеарните електроцентрали. Тоа делумно се должеше на ограниченият пристап до електроцентралите и значеше дека не можевме да направиме независна верификација на информациите. Со цел подобро да се подготвиме и да осигуриме дека ќе може да ги пренесеме официјалните информации во посоодветен и поточен контекст, денес на новинарите им обезбедуваме обука за научни и специјализирани теми. Исто така, бараме и пренесуваме мислења од повеќе експерти, и даваме предвидувања за ефектите од некој земјотрес и можните инциденти во нуклеарните електроцентрали.

3. Луѓето во зоните погодени од катастрофата користеа социјални медиуми за да се поврзат со локалните весници и радиостаници, како и меѓу себе. За да осигуриме дека нашите репортери ќе ги користат социјалните медиуми во известувањето за некоја природна ката-

строфа на најефективен начин, НХК создаде нови упатства што нудат протоколи за справување со корисничките содржини, како што е, на пример, вклучување изјава за резервите поврзани со нивото на верификација што сме можеле да го примениме на некоја информација. Упатствата вклучуваат и совети за тоа како се препознаваат лажни информации.

Освен тоа, воспоставивме и тим за „Социјално слушање“ (Social Listening) што е фокусиран на следење и верификација на социјалните медиуми. Тимот (прикажан на долната слика) во голема мера се потпира на листите на Твитер (Twitter Lists) со цел претходно да воспостави мрежа од доверливи извори за подобро следење и проверка на факти кога ќе се случи некаков настан.



4. НХК разви сопствена платформа за кориснички содржини, „NHK ScoopBox“. Платформата ги собира личните податоци и локацијата на лицата што поставуваат, а тоа ги олеснува директните контакти и потврдата на нивните содржини. Кога удар на торнадо го погоди регионот Канто (Kanto) во септември 2013 година, „ScoopBox“ ни помогна да пронајдеме и да верификуваме 14 парчиња кориснички содржини што потоа беа користени во емисиите на национално и на локално ниво.

5. По земјотресот, настана прекин на сликата што ја добивавме од неколку роботски камери поради падот на електричната мрежа во областите погодени од цунамито. Поради обемот на штетата, како и безбедносните ограничувања во Фукушима (Fukushima), тимовите на НХК не можеа да ги наполнат батериите на камерите. За да избегнеме повторување на тоа во иднина, НХК создаде систем за генерирање електрична струја од ветер и сончева енергија и за побезбедна акумулација во роботските камери. (На сликата долу е прикажана една роботска камера на НХК и соларните панели што ѝ обезбедуваат електрична енергија.)





ГЛАВА 9:
КРЕИРАЊЕ ПРОЦЕС НА ВЕРИФИКАЦИЈА СО ЛИСТИ ЗА ПРОВЕРКА

Креѓ Силверман и Рина Цубаки



Крег Силверман (**Craig Silverman**) е претприемачки новинар и основач и уредник на „Жалиме за грешката“ (Regret the Error), блог на Институтот Поинтер посветен на медиумските грешки, точноста на известувањето и верификацијата. Тој има развиено курс за обука за верификација на информации во дигиталната ера за „Универзитетот за вести на Поинтер“. Крег Силверман ја врши функцијата на директор за содржини во „Спанџ“ (Spundge), платформа што им помага на професионалците да растат и да ја монетизираат својата експертиза преку креирање содржини. Претходно, Крег Силверман помогна во основањето на „ОпенФајл“ (OpenFile), онлајн информативен стартап што обезбедуваше локални вести во шест градови во Канада. Автор е на „Жалиме за грешката: Како медиумските грешки го загадуваат печатот и ја загрозуваат слободата на говорот“, а за неговите труд и работа има добиено признанија од Националниот прес-клуб на САД (U.S. National Press Club), наградите „Мирор“ (Mirror Awards), Здружението на авторите на криминалистички романи на Канада (Crime Writers of Canada) и Наградите на националните списанија на Канада (National Magazine Awards (Canada)). Твитува на @craigsilverman.



Рина Цубаки (**Rina Tsubaki**) ги води и управува со иницијативите „Прирачник за верификација“ и „Новинарство во кризни ситуации“ на Европскиот новинарски центар. Иницијативата „Новинарство во кризни ситуации“ на едно место собира ресурси за медиумските професионалци што известуваат од и за нестабилните ситуации во дигиталната ера, а Цубаки често настапува како говорник на овие теми на различни настани, вклучувајќи и средби организирани од ОН и на Меѓународниот фестивал на новинарството (International Journalism Festival). Претходно работела на неколку проекти фокусирани на улогата на граѓаните во променливиот медиумски пејзаж, а во 2011 година беше водечки автор на извештајот на „Интерњуз Јуроп“ (Internews Europe) за улогата на комуникациите за време на земјотресот во Јапонија во март 2011 година. Има објавувано во „Хокаидо Шимбун“ (Hokkaido Shimbun), регионален дневен весник во Јапонија. Твитува на @wildflyingpanda.

Глава 9: Креирање процес на верификација со листи за проверка

Крег Силверман и Рина Цубаки

ОСНОВИ НА ВЕРИФИКАЦИЈАТА

- Имајте на располагање готов план и процедури за верификација пред да настапат кризни ситуации или вонредни вести;
- Верификацијата е процес. Патот до верификацијата може да се разликува за секој поединечен факт;
- Верификувајте го изворот, како и содржината што ја обезбедил;
- Никогаш не повторувајте како папагали и не верувајте им на изворите, без оглед дали се сведоци, жртви или претставници на властите. Сведоштвата од прва рака може да бидат неточни или манипулативни, поттикнати од емоции или оформени од лошо помнење и ограничена перспектива;
- Прашајте ги изворите: „Од каде го знаеш тоа?“ и „Од каде другаде го знаеш тоа?“
- Направете триангулација на тоа што ви го доставиле со други веродостојни извори, вклучително и документација, како што се фотографии и аудио/видеоснимки;
- Прашајте се: „Дали знам доволно за да може да го верификувам ова?“ Дали имате доволно познавања за темите што бараат разбирање на сложените културни, етнички, верски прашања?;
- Соработувајте со другите членови од вашиот тим и со стручњаци, не одете го патот сами.

ВЕРИФИКАЦИЈА НА КОРИСНИЧКИ СОДРЖИНИ

- Тргнете од претпоставката дека содржината е неточна или била „изгребана“, кроена и монтирана, дуплирана и/или преобјавена во друг контекст.
- При верификација на кориснички содржини, следете ги следниве чекори:

    1. Идентификувајте ги и верификувајте ги оригиналниот извор и содржината (вклучувајќи ги и локацијата, датумот и приближното време на настанот);
    2. Оспорете го изворот и направете триангулација;
    3. Обезбедете дозвола од авторот/изворот за користење на содржините (фотографии, видео и аудиоснимки).

- Секогаш соберете информации за лицата што ги поставиле содржините и верификувајте колку што е можно повеќе пред директно да ги контактирате и да ги прашате дали тие навистина се жртви, сведоци или креатори на содржината.

1. ИДЕНТИФИКУВАЈТЕ ГИ И ВЕРИФИКУВАЈТЕ ГИ ОРИГИНАЛНИОТ ИЗВОР И СОДРЖИНАТА (ВКЛУЧУВАЈЌИ ГИ И ЛОКАЦИЈАТА, ДАТУМОТ И ПРИБЛИЖНОТО ВРЕМЕ НА НАСТАНОТ)

Потекло

Првиот чекор при верификацијата на кориснички содржини е идентификување на оригиналната содржина, без оглед дали станува збор за „твит“, видео, текстуална порака, итн. Некои прашања со кои треба да почне процесот се:

- Дали истиот или сличен пост/содржина може да се најдат и на друго место на интернет?
- Кога е поставена/снимена/споделена првата верзија од содржината?
- Може ли да ја препознаете локацијата? Дали корисничката содржина е геоозначена?
- Дали содржината има линк до некои интернет-страници?
- Може ли да го идентификувате лицето што ја споделило/поставило корисничката содржина и да го контактирате за повеќе информации? (Види подолу во делот „Извор“.)

Кога работите со фотографии, илустрации и видеа, извршете пребарување фотографии/сликички од видео преку „Гугл имиџис“ или преку „ТинАј“. Ако се појават неколку врски до истата фотографија, кликнете на „view other sizes“ (погледнете други големини) за да ја пронајдете онаа со највисока резолуција/големина, затоа што вообичаено тоа е оригиналната.

За потврда на потеклото на фотографиите:

- Направете реверзибилно пребарување преку „Гугл имиџис“ или преку „ТинАј“. Ако се појават неколку врски до истата фотографија, кликнете на „view other sizes“ (погледнете други големини) за да ја пронајдете онаа со највисока резолуција/големина, затоа што вообичаено тоа е оригиналната;
- Проверете дали на фотографијата се прикачени некакви EXIF-податоци (метаподатоци). Користете софтверска апликација како што е Фотошоп или бесплатни онлајн алатки, како што е Fotoforensics.com или Findexif.com за информации за моделот на камера со која е снимена, ознаката за времето кога е снимена (внимавајте: податоците може да се вратат на фабричката поставка од производителот), како и димензиите на оригиналната фотографија;
- Социјалните мрежи, како што се Твитер, Фејсбук и Инстаграм отстрануваат најголем дел од метаподатоците. Фликр е исклучок од таквата практика. Наместо тоа, обидете се со „Геофидија“ (Geofeedia) и „Бан.џо“ (Ban.jo) да ги идентификувате ГПС-податоците од мобилниот уред преку кој е поставена фотографијата.

За потврда на потеклото на видеоснимки:

- Користете кратенки, топоними и други зборови со цел квалитетно пребарување со клучни зборови на платформите за споделување видео, како што се Јутјуб, Вимео и ЈуКу;
- Кога работите со содржини на странски јазик, користете „Гугл транслејт“;
- Користете го филтерот за датум со цел да ги пронајдете најрано поставените видеа што одговараат на бараните клучни зборови;
- Направете реверзибилно пребарување на сликичките за најава на видеата преку „Гугл имиџис“ или преку „ТинАј“.

Извор

Откако е идентификувана оригиналната содржина, соберете информации за авторот/изворот на содржината. Целта е да се потврди дали лицето што стои зад корисничката сметка е веродостоен извор. Испитајте ги дигиталните траги на тој што поставил содржина со одговарање на овие прашања:

- Може ли да го потврдите идентитетот на тоа лице и да го контактирате?
- Дали сте запознаени со таа корисничка сметка? Дали претходно објавените содржини и извештаи на сметката биле веродостојни?
- Проверете го историјатот на активности на тој што поставил на социјалната мрежа:
    - Колку се активни? За што говорат/што споделуваат?
    - Какви биографски информации се видливи на сметката? Дали таа содржи линк до некоја друга интернет-страница?
    - Каков вид содржини поставувале претходно?
    - Каде е лоциран тој што ја поставил содржината, судејќи според историјатот на неговата сметка?
- Проверете со кого се поврзани на социјалната мрежа:
    - Кои им се пријатели и следбеници?
    - Кого го следат тие?
    - Со кого влегуваат во интеракција?
    - Дали се појавуваат на листите на други корисници?
- Обидете се да откриете други кориснички сметки поврзани со истото име/корисничко име на другите социјални мрежи за да пронајдете повеќе информации:
    - Ако го откриете вистинското име, употребете ги алатките за пребарување луѓе (Spokeo, White Pages, Pipl.com, WebMii) за да ги пронајдете адресата, електронската пошта и телефонскиот број на лицето.
    - Проверете на другите социјални мрежи, како што е ЛинкдИн, за да дознаете повеќе за професионалните ангажмани на лицето.

- Проверете дали корисничка сметка на Твитер или на Фејсбук што е означена како верификувана (Twitter Verified, Facebook Verified) навистина е верификувана со поставување на курсорот на синиот знак за „штиклирање“. Ако Твитер или Фејсбук ја верификувале соодветната сметка, ќе се појави „поп-ап“ текст „Verified Account“ или „Verified Page“.

Кога работите со фотографии и видеа, ставете се во позиција на тој што снимал. (Следниве прашања функционираат и при верификацијата на текстуални информации.) Одговорете си на следниве прашања за изворите со цел да ја проверите нивната веродостојност:

- Кои се тие?
- Каде се наоѓаат?
- Кога стигнале таму каде што се?
- Што може да видат (и што прикажува нивната фотографија)?
- Каде стојат?
- Зошто се таму?

Поврзете ја нивната активност на таа сметка со други онлајн кориснички сметки што ги одржува изворот со следниве прашања:

- Побарајте го единствениот код на видеото на Твитер или на Фејсбук – дали постојат поврзани кориснички сметки?
- Дали и други сметки – на „Гугл плус“, на некој блог или интернет-страница – се наведени во профилот на видеото или на друг начин се поврзани со тој што поставува содржини?
- Какви информации содржат поврзаните сметки што би укажале на неодамна посетена локација, активност, веродостојност, пристрасност или агенда на сопственикот на сметката?
- Колку долго се активни тие сметки? Колку од нив се активни? (Колку подолго и колку се поактивни, толку е поголема веројатноста да бидат веродостојни.)
- Со кого се поврзани тие сметки на социјалните медиуми и што ни покажува тоа за тој што ги поставил содржините?
- Дали може да пронајдеме информации „whois“ за некоја поврзана интернет-страница?
- Дали лицето е наведено во локалните телефонски именици, на Спокео (Spokeo), Pipl.com или „ВебМи“ (WebMii), или на ЛинкдИн?
- Дали социјалното окружување на тој што поставува содржини на интернет укажува на блискост со приказната/локацијата?

Содржина

ДАТУМ

Верификувајте ги датумот и приближното време на снимање кога работите со фотографии/видеа:

- Проверете ги информациите за времето на денот и локацијата на која се случил настанот. Дали временските услови се исти како во локалната временска прогноза или на други поставени снимки од истиот настан? Користете го „Волфрам Алфа“ за пребарување (на пример, „Какво беше времето во Лондон, Англија, на 20 јануари 2014 година?“ („What was the weather in London, England, on January 20, 2014?“));
- Пребарајте ги изворите на вести за извештаи за настаните од тој ден;
- Со пребарување видеа и фотографии (Јутјуб, Гугл, „ТинАј“, итн.), проверете дали некоја друга содржина од истиот настан му претходи на вашиот примерок (имајте предвид дека на своите видеа, Јутјуб ги обележува времето и датумот според временската зона „Стандардно пацифичко време“ (Pacific Standard Time) од почетниот момент на поставувањето на интернет);
- Кај фотографиите и видеата, прегледајте (и преслушајте) ги со цел идентификација на елементи што укажуваат на датумот или времето, како што се часовници, телевизиски екрани, страници од весници, итн.

ЛОКАЦИЈА

Друг клучен аспект од верификацијата е идентификување на локацијата прикажана во содржината:

- Дали содржината вклучува и автоматски геолокациски информации? (Сервисите како што се Фликр, Пикаса и Твитер често нудат опција за вклучување на локацијата, иако не е секогаш сосема сигурна.);
- Пронајдете референтни точки за споредба со сателитски снимки и геолоцирани фотографии, како што се:
  - Знаци/натписи на згради, знаци со имињата на улиците, регистарски ознаки на автомобили, билборди, итн. Користете ги „Гугл транслејт“ или free.orc.com за онлајн преводи;
  - Особени обележја во изгледот на улицата/пејзажот, како што се планински венец, дрворед, карпа, река, итн.;
  - Обележја и згради, како што се цркви, минарињa, стадиони, мостови, итн.:
    - Вклучете ја опцијата „Photos“ во „Гугл мапс“ или во „Гугл стрит вју“ и проверете дали геолоцираните фотографии се совпаѓаат со локацијата на видеото/фотографијата;
    - Користете „Гугл ерт“ за прегледување постари фотографии/видеа, затоа што алатката нуди историјат на сателитски снимки. Користете го прегледот на теренот на „Гугл ерт“;
    - Користете ја „Викимапија“, „краудсорсираната“ верзија на „Гугл мапс“, со цел идентификација на значајните обележја на теренот;

- Временските услови, како што се аголот на паѓање на светлината или сенките за да го одредите приближното време во денот. Користете „Волфрам Алфа“ за пребарување на извештаите за времето во одредено време и на одредено место;
- Регистарски ознаки на возила;
- Облека.

За видеа:

- Проверете го јазикот (јазиците) што се зборуваат во видеото. Проверете дали дијалектот се совпаѓа со географската локација. Имајте предвид дека „Гугл транслејт“ не дава точен превод на некои од јазиците. Побарајте поддршка од оние што го познаваат и го зборуваат тој јазик.
- Дали описите на видеата се конзистентни и главно доаѓаат од една специфична локација?
- Дали видеата се означени со датум?
- Ако видеата на сметката се означени со некакво лого, дали логото е конзистентно на сите видеа? Дали се совпаѓа со аватарот на сметката на Јутјуб или на Вимео?
- Дали тој што ја поставил содржината „гребе“ видеа од новински организации и други сметки на Јутјуб или објавува само кориснички содржини?
- Дали тој што поставува содржина пишува на сленг или на дијалект што може да се идентификува во нарацијата на видеото?
- Дали видеата на сметката имаат постојан квалитет? (На Јутјуб, влезете во „Settings“ и потоа на „Quality“ за да видите кој е најдобриот достапен квалитет на видеото.)
- Дали описите на видеата наведуваат екстензии, како што се .AVI или .MP4 во насловот? Тоа може да укажува дека видеото е поставено директно од уредот со кој е снимено.
- Дали во описот на видеото поставено на Јутјуб пишува: „Uploaded via YouTube Capture“? Тоа може да укажува дека видеото е снимено со паметен телефон.

2. ОСПОРЕТЕ ГО ИЗВОРОТ И НАПРАВЕТЕ ТРИАНГУЛАЦИЈА

Кога ќе поминете низ наведените чекори, прашајте се:

- Дали фотографиите/видеата/содржината има смисла со оглед на контекстот во кој е снимано?
- Дали нешто изгледа како да не припаѓа таму?
- Дали некои од податоците за изворот или одговорите на моите прашања не се задоволителни?
- Дали медиуми или други организации дистрибуирале слични фотографии/видеа?
- Дали постои нешто на „Сноупс“ поврзано со ова?
- Дали нешто изгледа дека не е во ред или звучи премногу добро за да биде вистинито?

Кога го контактирате изворот, поставувајте директни прашања и споредувајте ги одговорите со информациите што сте ги собрале преку вашето истражување. Бидете сигурни дека одговорите ќе се совпаднат со вашите наоди.

За фотографии*:*

- Кога прашувате, навратете се на тоа што го знаете од EXIF-податоците и/или геолокациските информации од алатки како што се „Гугл стрит вју“ и „Гугл мапс“;
- Побарајте од нив да ви пратат дополнителни фотографии снимени пред и по предметната фотографија;
- Ако фотографијата е од некоја опасна локација, секогаш проверете дали лицето може безбедно да разговара со вас.

За видеа:

- Ако се сомневате дека видеото е направено со монтажа, користете софтвер за видеомонтажа, како што е ВЛЦ (бесплатен), „Авидемукс“ (бесплатен) или „Вегас Про“ (лиценциран), за да го поделите видеото на индивидуални кадри.

3. ДОБИЈТЕ ДОЗВОЛА ОД АВТОРОТ/ИЗВОРОТ ЗА КОРИСТЕЊЕ НА СОДРЖИНАТА

Законите за авторското право се разликуваат во секоја земја, а условите за користење се разликуваат во секој сервис. Добивањето дозвола за користење на фотографиите, видеото и други содржини е од суштинско значење.

Кога барате дозвола:

1. Бидете јасни која фотографија или видео сакате да ги искористите.
2. Објаснете на кој начин ќе ги користите.
3. Разјаснете како сака лицето да му биде наведено неговото авторство. Дали сака да биде наведено со вистинското име, корисничкото име или, пак, анонимно?
4. Размислете за можните последици од користењето на содржината и/или името на лицето. Дали е потребно да се замаглат лицата поради заштита на приватноста или од безбедносни причини? Дали ќе биде опасно за креаторот/тој што поставува содржина ако го наведете со неговото вистинско име?

ПОДГОТОВКА ЗА УСПЕШНА ВЕРИФИКАЦИЈА ВО КРИЗНИ СИТУАЦИИ ИЛИ ВОНРЕДНИ НАСТАНИ И ВЕСТИ

Еве неколку совети за создавање подобар процес за верификација:

1) Изградете и одржувајте мрежа на извори на кои им верувате:

- Направете листа на веродостојни извори, официјални и неофицијални, како што се припадници на службите за итен одговор, академски експерти, НВО, владини уреди, итн. Соберете ги не само сметките на социјалните медиуми, туку и телефонските броеви и адреси за електронска пошта во споделувана база на податоци/сметководствена табела;
- Подгответе „листи на Твитер“ (Twitter Lists) организирани во логички поврзани групи врз основа на темите или географските локации што ги покриваат. Пронајдете веродостојни извори со напредно пребарување на Твитер и со следење специфични хаштагови. Може да ги користите и круговите што се собираат на листи на интерес на Фејсбук (Facebook Interest Lists) и на „Гугл плус“ (Google Plus), да се претплатите на канали на Јутјуб и да составите плејлисти;
- Никогаш не однесувајте се кон луѓето на кои ќе налетате на социјалните мрежи само како кон извори. Однесувајте се кон нив како кон човечки суштества и комуницирајте. Тие се ваши колеги;
- Во мноштвото луѓе има веродостојни извори што развиле, професионално или непрофесионално, експертиза во некоја тематска област. Исто така, има извори што се наоѓаат на одредена физичка локација;
- Градете ја довербата со комуникација на социјалните мрежи и средби во живо. Побарајте од нив да ви препорачаат и/или да ви помогнат да верификувате други извори. Во интеракција со нив, ќе ги забележите нивните силни и слаби страни, пристрасности и други фактори.

2) Идентификувајте ја улогата што вие/вашата организација ќе ја имате во тој момент и во можните сценарија за природни катастрофи:

- Идентификувајте ја вашата улога во комуникациите за време на катастрофа;
- Одлучете како ефективно ќе комуницирате ако настапи кризна ситуација;
- Размислете со кого сакате да комуницирате, кои информации ќе бидат полезни за целните групи, каков јазик ќе користите за пренесување на вашите совети;
- Структурирајте ја внатрешната комуникација во иста мерка во која ја структурирате и надворешната.

3) Обучете ги, дебрифирајте ги и поддржете ги персоналот и колегите:

- Утврдете ги алатките, редоследот на задачите, процедурите за одобрување и комуникација што ќе ги користите во ситуации на катастрофи;
- Обезбедете ситуациони обуки за различни сценарија, особено за оние што живеат во подрачја каде што се очекува да се случат одредени видови катастрофи;
- На вработените овозможете им учество во програмите за обука за катастрофи што ги нудат службите за справување со кризи;
- Подгответе скрипти/пораки што ќе се користат во специфични ситуации на катастрофи;
- Планирајте редовни проверки со клучните извори за да обезбедите дека нивните информации за контакт се ажурирани;
- Дебрифирајте го персоналот откако ќе заврши известувањето и приспособете ги плановите за итни и кризни ситуации и обуката за да ги вклучите новите сознанија;
- Не потценувајте ги „траумата“ и „стресот“ што се резултат на известувањето од кризни ситуации. Обезбедете поддршка таму каде што е потребна.

Рамка 9.1: Процена и минимизирање на ризиците при користењето кориснички содржини

Медлин Беар



Како раководител на каналот за човекови права во „ВИТНЕС“, Медлин Беар (Madeleine Bair) предводи тим што прима, верификува и контекстуализира граѓански видеа за кршења на човековите права од целиот свет. Пред тоа, речиси една деценија таа патуваше низ светот како репортер во печатени, радиски медиуми и мултимедијални изданија. Нејзини стории се објавувани во „Вашингтон пост“, „Сан Франциско Кроникл“ (San Francisco Chronicle) и „Орион“ (Orion) и емитувани на „Ворлд“ на „Паблик радио интернешнл“ (Public Radio International’s [PRI] The World) и на програмата „ПОВ“ (Point of View) на јавниот радиодифузен сервис ПБС.

Фотографии и видеа што доаѓаат од делови во светот што се одликуваат со репресија и политичко насилство, или го документираат животот на ранливи популации, со себе го носат ризикот за тоа дека содржината е измислена или манипулативна. Во такви ситуации, индивидуалните лица пред и зад камерата може да се соочат со ризик од апсење, вознемирување, мачење или смрт. Опасноста може да порасне ако снимката ја преземат меѓународни медиуми.

Тоа го видовме за време на иранската „Зелена револуција“ (Green Revolution) во 2009 година, кога Исламската револуционерна гарда (Islamic Revolutionary Guard) користеше фотографии и кадри од видеа пронајдени на интернет за да ги таргетираат демонстрантите и да вршат краудсорсинг на нивниот идентитет – дејства што предизвикаа морници кај активистичката заедница.

Изложувањето на идентитетот ги носи индивидуалните лица во ризик од одмазда од репресивните власти и може да доведе и до општествена стигма со сите нејзини потенцијално сурови последици. Како што новинските организации ги почитуваат стандардите за заштита на приватноста на жртвите на силување, така и новинарите треба да ги имаат предвид истите стандарди и кога користат видео што јавно ги изложува ранливите лица, особено ако снимките се направени без нивна информирана согласност.

На пример, во 2013 година, онлајн медиуми и организации што се занимаваат со застапување во САД известуваа за загрижувачката матрица на злоупотреби кон младите припадници на ЛГБТ заедницата во Русија. Многу од нивните статии содржеа фотографии и видеа снимени од сторителите што ги злоупотребуваа жртвите – изложување што може дополнително да ги влоши штетите и стигмата што ги трпат жртвите.

Новинарите и други лица не треба да ги цензурираат видеата снимени од активисти што свесно преземаат ризик за да зборуваат гласно или да го документираат животот на својата заедница. Но, новинарите треба да ги преземат основните чекори за препознавање и минимизирање на штетата за оние што можеби се несвесни за ризиците или што немаат способност да дадат информирана согласност за снимањето. Во случајот со руското видео со злоупотреби, јасно е дека жртвите не се согласиле да бидат дел од таква снимка.

ПРОЦЕНЕТЕ ЈА МОЖНОСТА ЗА ИДНА ШТЕТА

Прво мора да процените дали некоја фотографија или видео може да предизвика штета кај инволвираните. Дали се наоѓаат во опасен дел од светот? Дали ризикуваат репресалии затоа што ја споделиле информацијата или затоа што се прикажани на фотографијата или видеото? Може ли разумно да се претпостави дека луѓето прикажани на фотографијата/видеото се согласиле да бидат снимени?

Ако постои реална опасност да настане штета, имате две опции:

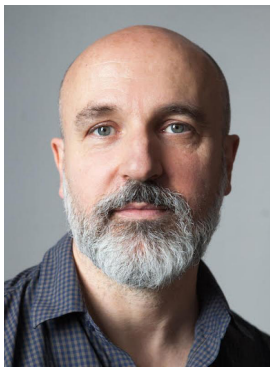
1. Немојте да ја користите фотографијата/снимката. Само затоа што постои, не значи дека мора да биде споделена/емитувана/објавена. За неа може да известиме на други начини или да ја искористиме како извор на информации.

2. Замаглете ги лицата. Телевизиските редакции често ги замаглуваат лицата на ранливите индивидуи кога ги емитуваат снимките. Фотографиите лесно може да се обработат за да се замаглат лицата. Кај онлајн видеата може да го преобјавите видеото на Јутјуб и да ја искористите неговата функција за замаглување на лицата. Објаснета овде во повеќе детали, таа функција е создадена за да се заштити идентитетот на ранливите субјекти во видеоснимките и може да се пронајде како „Additional Feature“ (Дополнителни карактеристики) кога ќе кликнете на алатката „Video Enhancements“ за да уредите некое видео.

Едно кредо опфатено во стандардните етички кодекси на новинарите, хуманитарните работници и припадниците на службите за справување со кризи е да ја минимизираат штетата. Обрнувањето внимание на проценатa и минимизирањето на штетата за индивидуите при користењето граѓански содржини е еден начин на кој тој принцип се претвора во практика во известувањето во 21 век.

Рамка 9.2: Совети за справување со трауматични слики

Гавин Рис



Гавин Рис (Gavin Rees), новинар и филмаџија, е директор на Центарот „Дарт“ за Европа (Dart Centre Europe). Центарот „Дарт“ е проект на Школата за постдипломски студии по новинарство при Колумбискиот универзитетот во Њујорк и е насочен на промоцијата на етички и иновативни пристапи кон известувањето за трауми и насилство. Претходно, Гавин подготвуваше деловни и политички вести за американски, британски и јапонски информативни ТВ-канали и работеше на играни и документарни филмови за Би-би-си, „Ченел 4“ (Channel 4) и независни филмски компании. Гавин, исто така, е вонреден истражувач на Универзитетот во Борнмут (Bournemouth University) и е член на управниот одбор на Европското друштво за проучување на трауматичниот стрес (European Society of Traumatic Stress Studies) и на Друштвото за психолошки трауми на Велика Британија (UK Psychological Trauma Society).

Сликите од воени зони, места на злосторства и природни катастрофи често се ужасни и вознемирувачки. Трауматичните слики може да придонесат настаните што се случуваат далеку од нас да изгледаат како да му влегуваат „во глава“ на гледачот. Негативните реакции, како што се гадење, вознемиреност и беспомошност, не се невообичаени за новинарите и форензичарите што работат со такви материјали.

Од претходните истражувања знаеме дека медиумските работници се група со висока отпорност: Изложувањето на ограничен број трауматични слики и претстави не е веројатно дека ќе предизвика нешто повеќе од минлива вознемиреност во најголемиот број случаи. Сепак, опасноста од она што психолозите го нарекуваат секундарна или посредна трауматизација станува значајна во ситуации кога изложувањето се повторува, таканаречениот ефект на капка по капка. Истото важи и кога постои лична врска со настаните – на пример, ако вклучува повреда на некој што го знаете.

Следуваат шест практични совети што медиумските и хуманитарните работници може да ги направат за да го намалат товарот на траумата:

1. Разберете со што се соочувате. Првата линија на секоја одбрана е да го знаете непријателот: Размислувајте за трауматичните слики како за радијацијата – токсична супстанција чиј ефект зависи од дозирањето. Новинарите и хуманитарните работници, како и оние што работат со радиоактивни материјали треба да ја завршат својата работа. Истовремено треба да преземат разумни чекори за минимизирање на непотребното изложување.

2. Елиминирајте го непотребното повторено прегледување. Ревидирајте ги процедурите за сортирање и означување, како и начинот на организација на дигиталните документи и папки за да го намалите непотребното прегледување материјали. Кога верификувате снимки со споредување со фотографии од различни извори, писмените белешки за особените карактеристики може да помогнат со намалување на бројот на проверки на оригиналната фотографија.

3. Обидете се да ги приспособите условите во кои ги прегледувате материјалите. Намалувањето на прозорчето и приспособувањето на поставките за осветленост и резолуција на екранот може да го намалат перципираното влијание. Обидете се, секогаш кога е можно, да го исклучите тонот – најчесто тоа е највлијателната компонента од гледањето видео.

4. Експериментирајте со различни начини на создавање дистанца во начинот на кој ги гледате видеата. За некои луѓе функционира ако се фокусираат на индивидуални детали, на пример, облеката, и избегнување други детали, како што се лицата на протагонистите. Размислете за поставување привремена матирана маска врз вознемирувачките делови од фотографијата. Филмските монтажери треба да избегнуваат користење циклична репродукција кога монтираат фотографии на кои е прикажана смрт или да ја користат мошне ретко.

5. Често одморајте од гледање во екранот. Гледајте во нешто пријатно, прошетајте, истегнете се или излезете во природа (на пример, во зеленило и на свеж воздух, итн.). Тоа може да ви помогне во ублажувањето на телесните реакции на вознемирувањето. Особено избегнувајте да работите со вознемирувачки фотографии пред спиење. Тогаш е поголема веројатноста дека тие ќе го пополнат вашиот ментален простор.

6. Развијте целен план за самогрижа. Идејата да работите два, три или четири пати поинтензивно на некоја итна приказна или проект може да претставува искушение. Сепак, важно е да си зачувате некаков слободен простор за себе, надвор од работата. Веројатно оние што редовно се занимаваат со физичка активност, одржуваат интерес за активностите што им се допаѓаат и вложуваат време во своите социјални врски ќе имаат повисока отпорност на трауми кога се соочени со стрес поврзан со трауми.

Следуваат неколку дополнителни совети за уредниците и другите раководители:

1. За сите членови на тимот треба да постои брифинг за нормалните реакции од траума. Членовите на тимот треба да разберат дека различни луѓе на различен начин се справуваат во однос на тоа како влијанието се акумулира со текот на времето и како да препознаат дека тие или нивните колеги треба да практикуваат поактивна самогрижа.

2. Усвојте јасни упатства за чување и дистрибуција на материјали со вознемирувачка содржина. Информациите, документите и внатрешната комуникација поврзана со трауматични слики треба да бидат јасно означени и дистрибуирани само до оние на кои им е потребен таквиот материјал. Никој не треба да биде принуден да гледа видеоприкази што никогаш нема да бидат емитувани.

3. Окружувањето е важно. Ако е можно, работните места на кои се работи со фотографии од насилство треба да имаат прозорци со поглед надвор, а, исто така, може да помогнат и собните растенија и други природни елементи.

ГЛАВА 10:
АЛАТКИ ЗА ВЕРИФИКАЦИЈА

Верификација на идентитет:
Користете ги овие алатки за верификација за да пронајдете информации за контакт и профили на корисници активни на социјалните медиуми

- AnyWho: Бесплатен телефонски именик со функција за реверзибилно пребарување.
- AllAreaCodes: Овозможува да се побара име или адреса врз основа на телефонски број. Услугата е бесплатна ако бројот е наведен во телефонски именик, а за броеви што не се наведени во официјален телефонски именик деталите ги обезбедуваат за симболичен надоместок.
- Facebook Graph Search: Фокусиран метод за лоцирање индивидуални лица за верификација на информации. Новинарите не мора да го знаат името на лицето што го бараат, наместо тоа, може да пребаруваат врз основа на други познати критериуми како што се локацијата, занимањето и возраста.
- GeoSocial Footprint: Интернет-страница на која може да се следи локациската „трага“ на корисниците со помош на твитови со ГПС, пријави на социјалните мрежи, пребарување на локацијата на јазикот (геокодирање – geocoding) и жетва на профили.
- Hoverme: Оваа дополнителна алатка за „Гугл хром“ (Google Chrome) ги открива корисничките профили на други мрежи преку „каналите со вести“ на нивните профили на Фејсбук.
- Identify: Оваа дополнителна алатка за „Фајрфокс“ (Firefox) создава профил на нечии идентитети на социјалните медиуми од која било страница.
- Linkedin: Преку историјатот на вработувањата и врските, ЛинкдИн (LinkedIn) може да обезбеди дополнителни средства за пронаоѓање некое лице и верификација на неговиот идентитет или сторија.
- Muck Rack: Листа од илјадници новинари на Твитер, Фејсбук, Тумблр (Tumblr), Куора (Quora), „Гугл плус“ (Google+), ЛинкдИн (LinkedIn), одобрена од тим на уредници на *Muck Rack*.
- Numberway: Директориум на меѓународни телефонски именици.
- Person Finder: Една од најпознатите банки на податоци за индивидуални лица со отворен изворен код за поставување информации и пребарување на статусот на блиските и пријателите погодени од природна катастрофа. Секогаш кога ќе се случи голема природна катастрофа, Кризниот тим на Гугл поставува функционалност „Person finder“ (Пронаоѓач на луѓе).

- Pipl.com: Ги бара индивидуалните траги на интернет за некое лице и може да помогне во идентификацијата преку повеќе кориснички сметки на социјалните медиуми, јавни архиви и регистри и информации за контакт.
- Rapportive: Оваа дополнителна алатка за „Џи мејл“ (Gmail) на корисниците им нуди профил на нивните контакти, вклучително и сметките на социјалните медиуми, географската локација и работното место.
- Spokeo: Пребарувач на луѓе што може да лоцира индивидуални лица преку нивното име, електронската пошта, телефонскиот број или корисничкото име. Резултатите се собираат во профил што ги прикажува родот и возраста, информациите за контакт, занимањето, образованието, брачниот статус, историјатот на семејството, економскиот профил и фотографии.
- WebMii: Пребарува линкови на интернет што се совпаѓаат со името на некое лице или може да идентификува неспецифицирани лица според клучен збор. Дава бодување на видливоста на интернет што може да се искористи за препознавање лажни профили.
- WHOIS: Ги пронаоѓа регистрираните корисници според името на доменот со детали за датумот на регистрацијата, локацијата и информациите за контакт со регистрираниот корисник или со ополномоштеното лице.

Верификација на географски локации:

Дали нешто навистина се случило каде што луѓето велат дека се случило?

- Flickr: Пребарување геолоцирани фотографии.
- free-ocr.com: Го извлекува текстот од фотографиите што потоа може да се внесе за превод во „Гугл транслејт“ (Google Translate) или да се пребара на други ресурси за мапирање.
- Google Maps: Онлајн географска карта што нуди воздушни или сателитски снимки со висока резолуција што покриваат најголем дел од површината на Земјата, освен областите околу половите. Вклучува повеќе опции за гледање, како што се преглед на теренот, информации за временската состојба или преглед од 360 степени на улично ниво.
- Google Translate: Може да се искористи за откривање други траги за локацијата (на пример, патокази и табли со имиња на улици) напишани на други јазици.
- Météo-France: Метеоролошката агенција на Франција нуди бесплатни радарски и сателитски снимки, мапи и податоци за моделирање клима, фокусирани на Европа.
- NASA Earth Observatory: Опсерваторијата на Земјата на НАСА е создадена за споделување сателитски снимки и информации со јавноста. Таа функционира како репозитариум на глобални фотографии и податоци, со бесплатно достапни географски карти, слики и датасетови.

- Panoramio: Интернет-страница за споделување фотографии што содржи милиони геолоцирани фотографии поставени на посебен слој (layer) на „Гугл мапс“.
- Picasa: Пребарување геолоцирани фотографии.
- United States ZIP Codes: Онлајн карта со прикажани повикувачки броеви за сите делови на САД. Корисниците може да пребаруваат специфични повикувачки броеви или да ја прегледуваат картата за информации за различни повикувачки броеви.
- Wikimapia: „Краудсорсирана“ верзија на „Гугл мапс“ со означени точки на интерес со текстуален опис.
- Wolfram Alpha: Сметачка машина за прашања и одговори што одговара со користење структурирани и обработени податоци од својата база на знаења. За разлика од пребарувачите што даваат листа на релевантни интернет-страници, „Волфрам Алфа“ (Wolfram Alpha) нуди директни одговори со факти заедно со релевантните визуализации.

Верификација на фотографии:
Дали некоја фотографија е вистински приказ за тоа што се случува?

- Findexif.com: Алатка за откривање EXIF-информации.
- Foto Forensics: Интернет-страницата користи анализа на ниво на грешки (Error level analysis – ELA) за да посочи на делови на фотографија што можеби биле менувани. ELA бара разлики во нивото на квалитет на фотографијата и означува каде можеби биле направени промени.
- Google Search by Image: Со поставување фотографија или внесување на URL-адресата на која се наоѓа фотографијата, корисниците може да пронајдат содржини, како што се слични или поврзани фотографии, интернет-страници и други страници што користат одредена фотографија.
- Jeffrey’s Exif Viewer: Онлајн алатка што ги открива информациите од Разменливите фајлови на фотографии (Exchangeable Image File – EXIF) за дигиталните фотографии, кои ги вклучуваат и датумот и точното време, поставките на камерата, а во некои случаи и ГПС-локацијата.
- JPEGSnoop: Бесплатна апликација (достапна само на оперативниот систем Виндоус (Windows)) што може да утврди дали некоја фотографија била уредувана. Наспроти името што го носи, може да отвори AVI, DNG, PDF, THM и вградени JPEG-фајлови. Ги вади и метаподатоците, вклучувајќи ги: датумот, видот на камерата, поставките на објективот, итн.
- TinEye: Машина за реверзибилно пребарување фотографии што ги поврзува фотографиите со креаторите и им овозможува на корисниците да откријат каде првпат се појавила некоја фотографија, како е користена, дали постојат модифицирани верзии и дали постојат примероци со повисока резолуција.

ДРУГИ КОРИСНИ АЛАТКИ

- AIDR platform: Платформата користи човеково и компјутерско следење за „искоренување“ на гласините на Твитер.
- Ban.jo: Ги агрегира сите социјални медиуми на една единствена платформа и дозволува вкрстена проверка на фотографии и настани.
- Geofeedia: На корисниците им овозможува да пребаруваат и да ги следат содржините на социјалните медиуми според географската локација. Со избирање на географската локација, содржини од Твитер, Фликр, Јутјуб, Инстаграм и Пикаса што настанале во таа географска област се собираат во реално време. „Геофидија“ (Geofeedia) може да помогне во процесот на верификација со вкрстена споредба на објави во дадена географска област со цел да провери дали се совпаѓаат избраните детали.
- HuriSearch: Овозможува пребарување содржини од над 5 000 интернет-страници посветени на човековите права со филтрирање за да ги пронајдете изворите што може да се верификуваат.
- InformaCam: Апликацијата одговара на предизвиците во верификацијата преку собирање метаподатоци за откривање на времето, датумот и локацијата на која е снимена некоја фотографија или видео. Корисниците може да ги праќаат своите медиумски фајлови со метаподатоците на трети лица со користење дигитални потписи, енкрипција (PGP) и безбедни сервери (TOR).
- PeopleBrowsr: Платформа и алатка на која толпата може да ги следи и да ги синтетизира социјалните медиуми и вести во секвенци подредени според локација и време, со можност за дополнително филтрирање. Платформата нуди и бодување на веродостојноста со мерење на влијанието и досегот на корисниците на социјалните мрежи.
- SearchSystems.net: Меѓународна збирка на отворени јавни архиви.
- Snopes.com: Интернет-страница посветена на раскринкување измами на интернет, која може да се користи за вкрстена проверка на кориснички содржини.
- Verily platform: На корисниците им овозможува да поставуваат специфични прашања и нуди кориснички содржини „за“ и „против“.
- YouTube Face Blur: Развиена поради грижата за заштита на анонимноста на лицата што се појавуваат во видеа на кои се прикажани високоризични ситуации, алатката им овозможува на корисниците да ги замаглат лицата на луѓето што се појавуваат во видеата што ги објавуваат. За да ја користите алатката, кога објавувате видео на Јутјуб, изберете ја опцијата „Enhancements“ (подобрувања) и потоа опцијата „Special Effects“ (специјални ефекти). Таму може да изберете да ги замаглите сите лица што се појавуваат во видеото.

АНЕКС:
„ВИЗУАЛИЗАЦИЈА НА ПРАВДАТА: ТЕРЕНСКИ ВОДИЧ КОН ЗАЈАКНУВАЊЕ НА ВРЕДНОСТА НА ВИДЕОТО КАКО ДОКАЗЕН МАТЕРИЈАЛ ЗА ЗАШТИТАТА НА ЧОВЕКОВИТЕ ПРАВА“

Како што видовме од студиите на случај и од сториите во овој значаен Прирачник, корисничките содржини може да бидат клучни за привлекувањето внимание на злоупотребите и кршењата на човековите права, секако, ако може да се верификуваат. Сепак, многу филмаџии и активисти очекуваат многу повеќе од нивните видеа. Заднината на нивните очекувања е дека снимките што откриваат злоупотреби ќе придонесат за остварување на правдата. За несреќа, квалитетот на граѓанските видеа и други содржини ретко ги исполнува високопоставените барања за да може да бидат прифатливи како доказ пред суд.

Со мали подобрувања, снимките што граѓани и активисти често ги прават ризикувајќи ги своите животи може да направат и повеќе од просто откривање на неправдата – може да послужат како доказен материјал во кривични и граѓански судски постапки. Претстојниот бесплатен теренски водич „Визуализација на правдата: Теренски водич кон зајакнување на вредноста на видеото како доказен материјал за заштитата на човековите права“ е наменет да биде референтен прирачник за сведоците и активистите за човекови права што сакаат да го користат видеото не само за документирање злоупотреби, туку и за амбициозна цел – да ги изведат сторителите пред лицето на правдата.

ЗОШТО ТЕРЕНСКИ ВОДИЧ?

Кога манипулирањето со фотографии е едноставно и кога е лесно да се додаде лажен контекст, повеќе не е доволно само да се сними и да се сподели видеото и со тоа да се разоткрие сторена неправда. Активистите што создаваат снимки за кои се надеваат дека ќе бидат искористени не само од новинари, туку и од истражители и пред суд, мора да ги имаат предвид основните прашања што ги поставува „Прирачникот за верификација“: Може ли видеото да биде верификувано? Дали е јасно каде и кога е снимено видеото? Дали било менувано или монтирано? Мора да разгледаат и други прашања што се многу позначајни за правосудниот систем: Дали снимката е релевантна за кривично дело што вклучува кршење на човековите права? Може ли да се докаже потеклото? Дали користа во обезбедувањето правда ќе превагне над потенцијалот да ја поткопа правдата?

ЗА КОГО Е НАМЕНЕТ?

Примарна публика за Водичот се луѓето што се занимаваат со теренска работа, кои снимаат или би можело да снимаат видеа од кршења на човековите права. Тоа може да бидат граѓански новинари, активисти, известувачи од заедниците или истражители од областа на човековите права. Некои можеби веќе снимаат такви злоупотреби во својата работа и би можело да имаат корист од упатствата за тоа како да ја зајакнат вредноста на видеата што ги создаваат како доказен материјал. Други можеби веќе истражуваат злоупотреби на човековите права со традиционални средства и методи и сакаат да вклучат видеоматеријали во нивното известување за човековите права на начин што може да го засили собирањето докази.

Сеопфатниот водич „Визуализација на правдата“, подготвен од „ВИТНЕС“ (WITNESS) во соработка со нивните колеги што работат во областа на човековите права, ќе ги покрива следниве прашања:

- Улогата на видеоматеријалите во кривичните процеси;
- Техники на снимање видео со зголемена вредност како доказен материјал;
- Како се приоритизира која содржина треба да се сними;
- Работа со медиумите за да се зачува синџирот на надзор;
- Студии на случај на користење видео во правосудни постапки.

НОВИНАРСТВОТО И ПРАВДАТА

Додека „Прирачникот за верификација“ нуди иновативни начини за новинарите и работниците што работат на справување со кризи да анализираат граѓански видеоснимки, водичот на „ВИТНЕС“ (WITNESS), „Визуализација на правдата: Теренски водич кон зајакнување на вредноста на видеото како доказен материјал за заштитата на човековите права“, ќе го разгледа истото прашање од другата страна, со обезбедување совети и методи за филмаџиите со цел видеото што го снимаат да може да биде колку што е можно повредно во откривањето злоупотреби и постигнување правда. Заедно, тие два ресурса ќе осигурат тоа што има сè повеќе камери во сè повеќе раце да води до подобро новинарство и поголема правда.

ЗА ПОВЕЌЕ ИНФОРМАЦИИ

За да бидете во тек со подготовката на Прирачникот, запомнете ја интернет-страницата на „ВИТНЕС“ (WITNESS): www.witness.org

ПРИРАЧНИК ЗА ВЕРИФИКАЦИЈА



ЦЕНТАР за РАЗВОЈ на МЕДИУМИ

ЕУ со ТЕБЕ