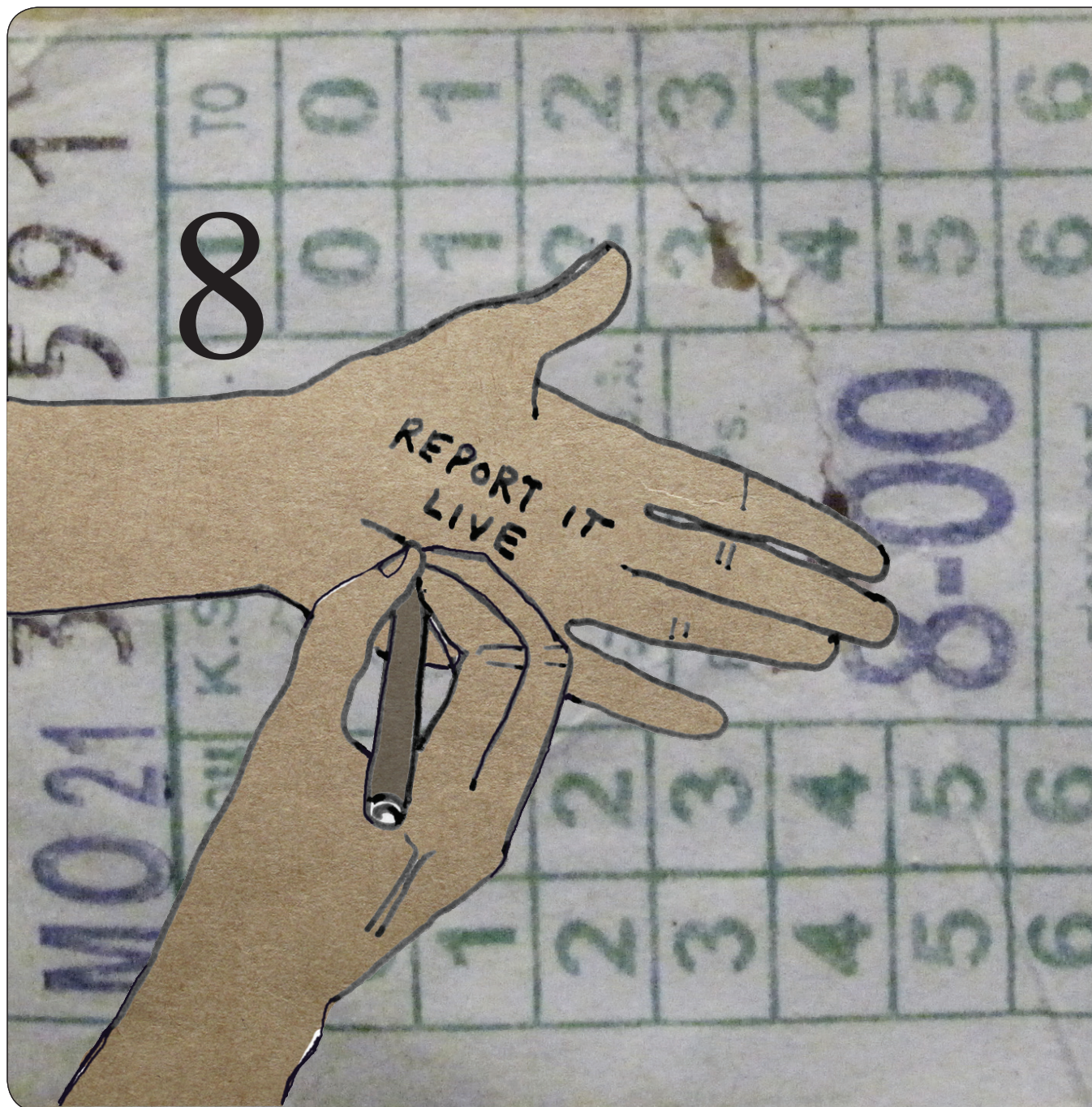


8



**Izveštavajte
uživo**

koristite
kolektivnu
inteligenciju

OVA TAKTIKA JE KORISNA U
KREIRANJU I SAKUPLJANJU
INFORMACIJA, IZVJEŠTAVANJU O
JAVNIM DOGAĐAJIMA KAO ŠTO SU
IZBORI ILI PROTESTI I U REAGOVANJU
NA KATASTROFE I EPIDEMIJE

PRIMJERI IZ VIDEA

● Terensko izvještavanje o terorističkim napadima 2008. godine u Mumbaiju

Sproveli građani Mumbaija

Korištenjem tekstualnih poruka i fotografija snimljenih mobilnim telefonima, lokalno stanovništvo se samoorganizovalo kako bi pronašlo i podijelilo informacije koje nisu bile dostupne u medijima za vrijeme terorističkih napada u Dubaiju. Ovo spontano izvještavanje iz zajednice identifikovalo je povrijeđene i ubijene i podržalo je koordinaciju donacija krvi i drugih napora za pružanje pomoći.

KORIŠTENE ALATKE: Twitter, Flickr, MySpace, blogovi, mobilni telefoni

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Fotografije: <http://bit.ly/TiYzh> (flickr.com)

Poruke na Twitteru: <http://bit.ly/nOAiD> (flickr.com)

● Sakupljanje građanskih izvještaja o nasilju

Sproveli Foko i građani Madagaskara

Građani Madagaskara slali su Foku SMS poruke sa izvještajima o nasilju koje su sprovodili policija i vojska tokom demonstracija protiv preuzimanja vlasti u zemlji. Izvještaji su objavljeni na online mapi, a tim lokalnih blogera provjeravao je poruke kako bi se odstranile netačne informacije. Imajući u vidu da su u to vrijeme tradicionalni mediji bili kompromitovani, Fokov websajt je upozoravao građane o problematičnim tačkama i nudio je bogatiju sliku krize od tradicionalnog izvještavanja, istovremeno osiguravajući postojanje nezavisnog izvora koji će izvještavati o događajima.

KORIŠTENE ALATKE: IntelliSMS, FrontlineSMS, Ushahidi, Twitter, mobilni telefoni, blogiranje

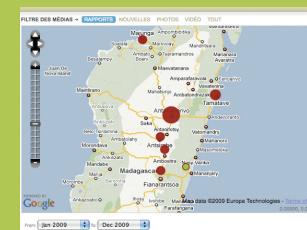
LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

FOKOV websajt: <http://foko.ushahidi.com/>

Intervju sa Fokom: <http://bit.ly/QZvvM> (globalvoicesonline.org)



TWITTER



FOKO

PLANIRAJTE VAŠU AKCIJU

- Građansko izvještavanje može uspjeti u mnogo oblasti, mada će uvijek biti razlika zasnovanih na tehnologiji i lakoćom sa kojom vaša zajednica koristi određene alatke. To je jedan od razloga zašto je Twitter tako efektivno oruđe u Indiji: indijski korisnici mogu postavljati nove postove na Twitteru slanjem tekstualnih poruka sa svojih mobilnih telefona korištenjem besplatnog kratkog koda, usluga koja još nije dostupna svim korisnicima Twittera u svijetu.
- Možda neće biti potrebe za kreiranjem alatke ni iz čega. Ushahidi, korišten u praćenju nasilja u Madagaskaru, originalno je napravljen za potrebe sličnog projekta u Keniji. Fokov tim nije morao da pravi namjenski softver, ali su ipak trebali postojeći prilagoditi svojoj kampanji.
- Jedna forma izvještavanja uživo je sakupljanje spontanih izvještaja o tekućim događajima, kao u slučaju napada u Mumbaiju. Da bi ta forma izvještavanja bila uspješna, bitno je postojanje mreže blogera i građanskih izvještača koji su spremni objavljivati i odgovarati na nove izvještaje uživo.
- Drugi način izvještavanja uživo jeste koordinisati izvještavanje unaprijed, kao što je učinila madagaskarska kampanja. Ovat tip izvještavanja zahtjeva jači plan širenja kako bi uključio potencijalne građanske izvještače. Za podizanje svijesti o inicijativi mogu se koristiti i tradicionalni mediji.
- Moć izvještavanja iz zajednice je u porastu. U zadnjih 10. godina, način pripreme vijesti se u mnogome promijenio. Ne samo da zajednice prave svoje vijesti, već i tradicionalni mediji, od radija do televizije, uključuju građansko izvještavanje.

koristite kolektivnu inteligenciju: p2



UNSUNG PEACE HEROES

STUDIJA SLUČAJA

NASLOV: Neopjevani heroji mira (Unsung Peace Heroes)

KO: Butterfly Works i fondacija Media Focus on Africa

GDJE: Kenija

WEBSAJT: <http://peaceheroes.ushahidi.com>

OPIS

Neopjevani heroji mira slavi one ljude koji su radili na izgradnji mira poslije post-izbornog nasilja u Keniji u decembru 2007. Kenijci su mogli nominirati pojedince i organizacije tekstualnom porukom ili e-mailom, kao i na štampanim formularima na mirovnim događajima. Grupe Butterfly Works i Media Focus on Africa sakupljale su nominacije.

U saradnji sa lokalnom školom dizajna Nairobi, nominacije su prevedene, verifikovane i dodane na mapu korištenjem alatke za izvještavanje iz zajednice - Ushahidi. Osim promocije na internetu, Heroji mira objavili su reklame u novinama, na radiju i televiziji, a studenti Nairobi sa distribuirali su štampane materijale. 2009. godine, osam dobitnika nagrade Heroji mira predstavljeni su na nacionalnoj televiziji, a novac od nagrade dali su za podršku svojih zajednica i mirovnih projekata. Jedan od dobitnika, Joel, sakrivao je 18 ljudi u svojoj kući dvije sedmice, kako bi ih zaštitio od nasilja. On kaže, "Primio sam čestitke telefonom i tekstualnim porukama od različitih zajednica sa svih strana. Sa mojom porodicom odlučili smo napraviti zabavu na koju smo pozvali te ljude, ljude iz moje zajednice, lokalnog savjetnika i administraciju, kako bi zajedno proslavili. Potreba za mirovnom inicijativom javila se na zabavi, i oni su me ovlastili da registriрам mirovnu grupu i da regrutiram članove koji će raditi na problematici nasilja". Marten Schoonman iz Media Focus on Africa kaže, „Cilj je bio raširiti poruku nade i fokusirati se na dobro u teškim vremenima. Sukobi su daleko od rješenja,

čak i danas. Kako i 'efekt leptira', jedna relativno mala inicijativa posjeduje potencijal za širenje i nosi neočekivanu korist“.

KORIŠTENE ALATKE: Ushahidi, mobilni telefoni, Facebook, websajt.

DOSEG: Nacionalni. Pristiglo je više od 500 nominacija u mjesec dana, a u danima nakon što su kenijski mediji izvijestili o kampanji, pristizalo je i do 80 nominacija dnevno.

TROŠKOVI: 18,000 američkih dolara (SMS sistem koštao je 3000 dolara, ostatak je potrošen na promociju i na nagrade koje su dodjeljene dobitnicima).

RESURSI: Lokalni personal, volonteri i partnerske organizacije u promociji kampanje i pripremi strane na Facebooku. Lokalni izbalansirani stručni žiri.

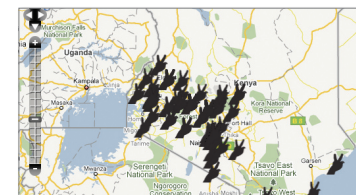
VRIJEME: Jedan mjesec za sakupljanje nominacija; Tri mjeseca kasnije, održana je ceremonija dodjela priznanja i nagrada Herojima mira.

NIVO TEŽINE: 3 od mogućih 5

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Projekti Heroja: <http://bit.ly/3T67Xo> (mediafocusafrica.org)

Članak: <http://bit.ly/7UdtG> (butterflyworks.org)



URADITE SAMI

Pitajte

- Na koji način su izvještači sa terena prenosili informacije između sebe? Da li ćete se fokusirati na mobilne telefone ili na internet kao sredstvo dobijanja i razmjene informacija?
- Da li ćete pokušati da koordinirate spontano izvještavanje, ili ćete napraviti plan unaprijed, u saradnji sa građanskim novinarima?
- Postoji li gotova alatka koju možete iskoristiti za sakupljanje izvještaja, ili ćete morati da sami pripremite nešto?
- Kakav je vaš plan medijske i javne promocije? Kampanje izvještavanja uživo najčešće dobiju istu količinu publiciteta zbog tehnologije koju koriste kao i zbog pitanja na koja se odnose. Kako ćete se nositi sa tim tipom medijske pažnje i povećanjem u broju izvještaja koja ona može izazvati?
- Kako bi izvještavanje uživo imalo jači uticaj, mora biti povezano sa aktuelnim ili gorućim pitanjem. Koji aktuelni događaj možete iskoristiti kako bi najbolje uključili vašu publiku?
- Razmislite koji bi bio najbolji način za korištenje alatke za izvještavanje uživo. U kom kontekstu će nešto kao što je Ushahidi raditi najbolje? Koja su ograničenja u kontekstu vaše kampanje?
- Kako možete izbjeći problem povezan sa činjenicom da neki od ovih sistema rade samo kada je uključen veliki broj ljudi?

koristite kolektivnu inteligenciju: p4

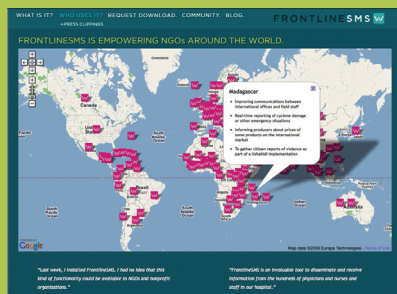
Različiti načini na koje vi to možete napraviti

- 1 Možete koristiti mobilno izvještavanje za privlačenje kolektivne pažnje na neko pitanje. Zatražite od ljudi da odgovore na pitanja povezana sa vašom kampanjom slanjem tekstulanih poruka ili fotografija sa svojih mobilnih telefona. Te izvještaje onda možete postaviti na websajtu koji će biti dostupan i preko mobilnog telefona.
- 2 Izvještavanje uživo može osigurati bezbjednost zagovarača tokom protesta ili akcije. Dvije alatke koje su već korištene u tom cilju su Twitter i mobilni video program Qik.com, kojima zagovarači mogu razmjenjivati tekstualne i video informacije o tome ko bi mogao biti uhapšen, i privući pažnju pristalica iz čitavog svijeta na tu vijest.
- 3 Ako mas-mediji ne obraćaju pažnju, ili se vaša kampanja suočava sa cenzurom, zagovarači mogu koristiti alatke kao što su Twitter ili Ushahidi za izvještavanje o direktnim akcijama. Ti izvještaji mogu se koristiti za privlačenje pažnje međunarodnih medija.
- 4 Ako imate brzu internet vezu, možete da koristite živi video prenos događaja u sklopu kampanje na internetu koristeći kompjuter, video kameru (koja može biti ugrađena u kompjuter), i programe za prenos videa uživo kao što je Ustream.tv ili Livestream.com.
- 5 Informacije možete zaštititi od konfiskovanja tako što ćete ih rasporediti po mreži poverljivih pristalica. Ako su ljudi snimili fotografije ili video, mogu da razmjeniti sa ljudima van zone rizika putem transfera sa telefona na telefon, ili elektronskom poštom, i onda izbrišu te slike ili video sa svojih telefona.

ALATKA U FOKUSU

Izveštavanje uživo i upravljanje kontaktima

FrontlineSMS (<http://www.frontlinesms.org>) omogućava komunikaciju velikog broja ljudi bez internet konekcije. Zagovarači mogu koristiti FrontlineSMS za slanje poruka sa svojih prenosnih računara preko mreža mobilne telefonije, koje se primaju kao tekstualne poruke. Može se koristiti za jednosmjernu i dvosmjernu komunikaciju. Zagovarači koriste FrontlineSMS za monitoring ljudskih prava, organizaciju protesta, sprovođenje istraživanja javnog mnijenja, upozoravanje. Postoji aktivna online zajednica koja osigurava različite vrste podrške za nove korisnike.



koristite kolektivnu inteligenciju: p5

KORISNI SAVJETI

KEN BANKS IZ FRONTLINESMS-A, O SARADNJI:

“Korištenjem tehnologije možete kombinovati kolektivni glas ljudi. Možete sakupljati informacije iz izveštavanja uživo sa vijestima koje dolaze iz mainstream medija. Skup oba daje vam puno širu sliku onoga što se dešava na terenu”.

DINA MEHTA, ISTRAŽIVAČ NA POLJU TEHNOLOGIJE, O MOĆI ZAJEDNICE:

“Postoje zajednice koje su se tokom vremena razvile na nekoliko mjesta na webu - na blogovima, Facebooku, Twitteru. Te vam alate omogućavaju povezivanje sa svim vašim online zajednicama, funkcioniranje kao čvorište međusobno povezanih ljudi. Kada se nešto desi i trebate odgovoriti, radi se o spontanoj mobilizaciji zajednice koja već postoji na internetu, putem brojnih nodova i čvorišta koje ste uspostavili ostavljajući svoj trag na webu”.

SAMI GHARBIA, IZ GLOBAL VOICES, O HAPŠENJIMA PRI IZVJEŠTAVANJU UŽIVO:

“Aktivisti koriste Twitter za upozoravanje drugih blogera i aktivista o hapšenjima blogera. Takav slučaj smo vidjeli kod hapšenja američkog novinara koji je pratio demonstracije u Mahala sitiju u Egiptu, tokom štrajka 6. aprila. Kada je uhapšen, on je samo poslao poruku na Twitter sa tekstom “uhapšen”, i time je uzbunio prijatelje, rodbinu, čak i Ambasadu SAD da interveniraju i izbave ga iz pritvora”.