

De VAR voor fotojournalistiek

Use Case

Stefanie vermeulen

Weconomics Certified Program

13 februari 2020

Leeswijzer

Open de powerpoint PurePictures.

Lees bij elke slide de bijbehorende tekst uit dit document

Veel plezier!

Slide 1

De Duitse bondskanselier Angela Merkel op de voorpagina van de ultraorthodoxe joodse krant HaMevaser? No way, dacht de redactie. De krant duldt überhaupt geen vrouwen op de voorpagina en knipte de Italiaanse politica en Europees buitenlandchef weg, die links op de originele foto stond. De Duitse bondskanselier Angela Merkel, die toch echt in de optocht naast de Franse president François Hollande liep, werd uitgegumd in de foto.

Slide 2

De vredesbesprekingen in 2010 in het Witte Huis werden geleid door de Egyptische president Mubarak. Volgens de Egyptische staatskrant Al-Ahram dan, die Mubarak voor op de foto plaatste, alsof hij de leiding nam. In werkelijkheid liep president Obama voorop, laat de originele foto zien.

Slide 3

Deze foto is genomen door John Knoll in 1987. Het is een foto van zijn vrouw, toen nog vriendin Jennifer op Bora Bora. De foto is wereldberoemd geworden onder de naam ‘Jennifer in Paradise’. De foto is zo beroemd, omdat het de allereerste foto ooit was waarmee werd gefotoshopt.

Slide 4

John en Jennifer werkten bij Industrial Light & Magic, de special effect produktiemaatschappij van filmmaker George Lucas, je weet wel, van Star Wars. Daar stond een nieuw apparaat, de Pixar Image computer en John was er lyrisch over. Het ding maakte het namelijk mogelijk om te manipuleren met beelden. Je kon een beeld, een frame uit de film knippen, en die in de Pixar Image computer scannen, waardoor het beeld een serie nummers en enen werd. Door die nullen en enen te manipuleren kon John vervolgens het beeld veranderen. Dat gemanipuleerde beeld plaatste John dan weer terug in de film.

Nu was die computer heel duur en zo complex dat er een speciale operator voor nodig was om hem te bedienen. Maar wat wilde het geval, John’s broer was op de universiteit van Michigan bezig met het ontwikkelen van vergelijkbare software die je op een Macintosh kon laten draaien. John overtuigde zijn broer om die software door te ontwikkelen tot ze iets hadden waarmee ze de markt op konden. Hun eerste target was Apple. Het enige digitale beeld dat John zelf had, was de foto van zijn vriendin Jennifer. En zo werd Jennifer in Paradise de 1e gefotoshopte foto ooit.

Slide 5

Fast forward naar vandaag. Beeldmanipulatie in het dagelijkse nieuws is aan de orde van de dag. Door slim te manipuleren kunnen kiezers zo worden beïnvloed dat de uitslagen van verkiezingen en referenda van tevoren al vastliggen. Zo manipuleerde Cambridge Analytica, ingehuurd door het Indiase United National, de verkiezingsuitslag in Trinidad en Tobago met het micotargetten van kiezers die ze onder andere bombardeerden met fake nieuws. Waren zij gecontracteerd geweest door de tegenpartij, het Afro-Trinedadse People’s National Movement, dan had die partij zonder twijfel de verkiezingen gewonnen.

Hoewel fake nieuws van alle dag is, zijn we ons er in de beeldcultuur waarin we in 2020 leven, meer dan ooit van bewust. We maken ons zorgen, en niet zo’n beetje ook blijkt uit [onderzoek van Reuters in 2019 onder 38 landen](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf). 85 procent van de mensen die nieuws consumeren in Brazilië maakte zich vorig jaar zorgen over wat echt is of fake. Het Verenigd Koninkrijk liet ook de hoogste stijging zien met 12 procent en staat met 70 procent nu al op de vierde plek. Nederland staat van de 38 onderzochte landen onderaan, maar ook daar maakt 31 procent van de mensen zich zorgen over wat echt is of nep in het nieuws.

Slide 6

Het vertrouwen in het nieuws is in Nederland met zes procent dalende, en stond in 2019 op 53 procent, laat het onderzoek van Reuters zien.

Slide 7

Als we het probleem tot één zin willen terugbrengen dan kunnen we het volgende stellen: Nieuws kan tot fake nieuws worden gebombardeerd, omdat er geen betrouwbaar en transparant controlesysteem is.

Slide 8

Hoe hebben we het zover laten komen? Door te kijken vanuit twee perspectieven proberen we hier een antwoord op te vinden

**9-levels model – De wereld is complex**

We leven in een complexe wereld, en we hebben te laat door hoe we via onze media en nieuwsconsumptie worden gemanipuleerd. Cambridge Analytica is een goed voorbeeld; dit techbedrijf kon met een combinatie van data, AI en fake nieuws de groep mensen die nooit stemde microtargetten. Hoewel we ons bewust zijn van de kracht en macht van techbedrijven icm politiek en macht, lijken de bad guys de good guys toch nog steeds een stap voor te zijn. Zij lijken beter te snappen hoe je in deze complexe wereld moet samenwerken om je doel te bereiken, dan de good guys, de onafhankelijke journalistiek in dit geval, die bezig is haar bestaansrecht ten opzichte van de concurrent te bewijzen, in plaats van samen te werken om de journalistiek in zijn geheel te verbeteren.

**8-stadiamodel – de tijd is rijp**

Na de fases van overleven, geborgenheid, macht, orde en succes, zijn we aangekomen in de periode van verbinding. Vanuit de sociale leegte waarin we terecht zijn gekomen is de behoefte gegroeid van samenwerken en verbinden. De stap naar de volgende fase, die van synergie, kunnen we met PurePictures maken, waarin we vanuit een toenemend bewustzijn gaan denken vanuit overeenkomsten ipv verschillen.

Slide 9

We hebben een betrouwbare scheidsrechter nodig om de discussie te beslechten, een VAR (Video Assistant Referee) voor de journalistiek. Met PurePictures doen we daartoe een poging.

PurePictures is een tool die het mogelijk maakt om de metadata van de originele foto’s van journalisten real time te hashen en vastleggen in een blockchain waardoor ze voor iedereen terug te herleiden zijn naar de bron. Zo kunnen we onderscheid gaan maken tussen beeldnieuws dat transparant en herleidbaar, dus authentiek en betrouwbaar is, en beeldnieuws dat dat niet is. Wanneer er een vermoeden bestaat dat er met een foto is gemanipuleerd kunnen we met de originele data in de blockchain aantonen of dat zo is, of niet. Dit betekent dat foto’s waarvan de metadata zoals plaats, datum en eigenaar van de foto niet zijn vastgelegd, voortaan terecht discutabel zijn. Dit is factcheking’s next level. PurePictures als de FAR – Foto Assistant Referee voor de journalistiek.

Slide 10

De discussie over of een foto echt of is niet, wil PurePictures dus voortaan voeren met aantoonbaar bewijs.

Denk bijvoorbeeld aan de foto van de Groene Partij in Canada, waarbij partijleider Elisabeth May ineens een herbruikbare beker met metalen rietje in haar handen had, in plaats van de wegwerpbeker waarmee ze op de originele foto stond.

Slide 11

**Het ecosysteem dat we voor ogen hebben is er een**

* van global fotografen die de originele metadata uploaden naar een beeldbank
* waar persbureaus en nieuwsmedia uit kunnen putten
* met micropayments voor de fotograaf
* met zero knowledge proof om de identiteit van de fotograaf te beschermen
* met ngo’s en vakbonden om het werk fotografen te versterken
* met politiek om de journalistiek te versterken als waakhond vd democratie

Slide 12

We willen hiermee een positieve impact hebben op

* De onafhankelijke journalistiek als waakhond van de democratie
* De betrouwbaarheid en veiligheid van fotografen in het veld, zowel professioneel als civil journalists. Door bepaalde metadata juist toe te voegen of weg te laten, zoals de naam van de eigenaar van de camera, bevorderen we de veiligheid van de fotojournalist.
* Ngo’s zoals Free Press Unlimited die werkomstandigheden en veiligheid van journalisten proberen te bevorderen
* Politiek, denk aan de foto’s van de chemische wapens die wel of niet zouden zijn ingezet door Assad in Syrië, die de beslissing om wel of niet over te gaan tot vergelding bemoeilijkte
* De maatschappij, waar fake nieuCws twijfel zaait en de bevolking polariseert
* De wankele positie van de onderbetaalde fotojournalist

Slide 13

Ook de overheid wil mensen bewustmaken van fake nieuws.

In maart 2019 lanceerde de Nederlandse Rijksoverheid de campagne ['Blijf kritisch'](https://www.rijksoverheid.nl/documenten/videos/2019/03/11/desinformatie-en-nepnieuws-blijf-nieuwsgierig-blijf-kritisch). In de video worden Nederlanders aangespoord om nieuwsgierig en kritisch met (online) berichten om te gaan. De campagne 'Blijf kritisch' richt zich tegen desinformatie en nepnieuws.

De campagne liep van Maart tot de zomer, in de periode waarin de Provinciale Staten verkiezing en de verkiezingen voor het Europese Parlement in mei werden gehouden.

Slide 14

PurePictures wil het met een smart contract mogelijk maken om de kernwaarden of metadata van foto’s te hashen en vast te leggen in de blockchain. Op deze manier kan de fotograaf aantonen dat de foto van hem is, waar die is gemaakt en wanneer.

**Een tweede aspect van PurePicures is de facturatie.**

In Nederland zijn ongeveer 1.000 fotojournalisten. Op 25 januari 2019 legden 450 fotojournalisten hun werk neer, om actie te voeren. Ze hadden drie eisen:

1. Online tarieven gelijk stellen aan de tarieven voor plaatsing van hun foto in print
2. Meer zeggenschap over het auteursrecht van hun eigen foto’s
3. Een indexatie van de tarieven met 14 procent (inflatiecorrectie vanaf 2010).

Rosa García López, secretaris bij de Nederlandse Vereniging voor Journalisten NVJ/NVF zei over de actie: ‘Vooral het gelijkstellen van online tarieven aan printtarieven is broodnodig. Media zeggen zelf dat over een paar jaar alles alleen nog online gaat. De onlinetarieven zijn een fractie van de huidige, ook te lage, printtarieven, soms maar 15 euro per foto. Hier moeten we toekomstbestendige afspraken over maken. Ook moeten fotojournalisten meer zeggenschap krijgen over hun auteursrecht en zelf hun foto’s kunnen doorverkopen aan andere media, juist ook in de periode kort na plaatsing, als nieuwsfoto’s de meeste waarde vertegenwoordigen. Nu is doorverkopen in die eerste periode vaak onmogelijk!’

Uit eigen ervaring weet ik dat de betaling van het werk van journalisten een vervelend en omslachtig proces is. Je maakt afspraken met de redacteur of chef van de redactie, over je stuk of foto, over de inhoud en ook de prijs. De factuur gaat naar de chef, die hem weer doorstuurt naar de financiele administratie afdeling. Vaak gaat dat mis, omdat de chef van de redactie niet weet aan welke voorwaarden zo’n factuur moet voldoen, zoals projectnummers of kenmerken, en de verkeerde gegevens doorgeeft. Je krijg vervolgens een mail van die afdeling, met de correcties die je moet maken op je factuur. Los van het extra werk, ben je zo ook gerust een week of twee of meer soms verder, en zo moet je dus onnodig lang wachten, iets wat onderbetaalde fotojournalisten zich niet bepaald kunnen permitteren. Bij iedere krant gelden bovendien weer andere facturatie regels.

PurePictures maakt het met een smart contract mogelijk om meteen betaald te worden voor je foto wanneer die wordt afgenomen, zonder dat er een factuur bij komt kijken. De kostenbesparing die dit de financiële administratie oplevert zou ten goede kunnen komen aan het tarief van de fotograaf. Oftewel, door vraag en aanbod direct bij elkaar te brengen, zonder tussenkomst van een derde persoon (administrator) en middel (factuur), komen we tot een efficiëntere coordinatie van het betalingsproces.

Slide 15

De stakeholders in PurePictures

**Vragers**

* Persbureaus
* Nieuwsmedia – hoofdredactie – fotoredactie – archief - ict
* Beeldbanken
* lezer

**Aanbieders**

* Persfotografen
* Civil foto journalisten
* Persbureaus (aan nieuwsmedia)
* Beeldbanken (aan nieuwsmedia)

**Politiek en verenigingen**

* Politici in binnen- en buitenland kampen met gevolgen van fake nieuws en voeren onnodige oeverloze discussies die de kiezers misleiden en afleiden van de inhoud
* Nationale en Internationale verenigingen voor de journalistiek (NVJ)

**Subsidies**

* Stimuleringsfonds voor de Journalistiek
* SIDN

**Investeerders**

* Reuters
* Nieuwsplatformen met innovatiekracht en -ambities zoals [FDmediagroep](https://fdmg.nl/) in Nederland en [Gothamist](https://gothamist.com/) in New York
* Google
* Angel investors

**Innovator (voorloper van dit idee in VS)**

* Platform zoals Pressland waar we van kunnen leren, mee kunnen samenwerken <https://pressland.com/about.php>

**Software**

* Ontwikkelaar die ontwerp tekent, smart contracts ontwikkelt en platform kiest en inricht

Slide 16

We verwachten weerstand op

* Journalistieke media staan onder druk: Er moet iedere dag, 24/7 nieuws worden gemaakt met steeds minder mensen.
* Het verdienmodel waarop ze draaiden (advertenties) is failliet en toxisch; advertenties bepalen het nieuws, en niet omgedraaid, zoals het zou moeten.
* Tegelijkertijd leiden nieuwe verdienmodellen, zoals een paywall tot nog onvoldoende resultaten.
* De focus ligt door deze omstandigheden vaak op de korte termijn. Dit voorstel is er een die gericht is op de lange termijn.

Ik verwacht weerstand op het bewustzijn en de bereidheid om de focus te verschuiven. Mogelijk kunnen bestaande initiatieven zoals Pressland hierbij helpen. Zij hebben al enig succes geboekt en willen hun bereik vergroten. Door een samenwerking aan te gaan kunnen we wellicht enkele Nederlandse hoofdredacteuren overtuigen hierin een project te starten.

**Strategie**

* Beginnen met gesprekken met enkele hoofdredacteuren waarin we polsen op welke manier fake news impact heeft op hun dagelijkse nieuwsgaring.
* Is er behoefte om met dit probleem aan de slag te gaan en zijn er al verkenningen geweest in de rol die blockchain hierbij kan spelen?
* Met de krant die interesse toont gaan we verder. We organiseren een meeting met de hoofdredacteur, enkele fotoredacteuren en fotografen, een blockchain ontwerper en een blockchain developer, mogelijk met een conference call van iemand van een platform als Pressland om de casus, de mogelijkheden, de drempels en uitdagingen te bespreken.
* Daaruit kan dan mogelijk een eerste projectgroep ontstaan.
* Iemand van het Stimuleringsfonds voor de journalistiek zou er ook bij kunnen – zij stimuleren innovatie in de journalistiek, en kunnen ontwikkelbudget en netwerk beschikbaar stellen.

Slide 17

Scope

Onze scope richt zich ten eerste op 1 landelijk dagblad/uitgever. Hierin zien we een aantal voordelen

* Alle stakeholders bevinden zich in het persoonlijke netwerk van de hoofd- en beeldredactie
* Het is makkelijker mensen bij elkaar te brengen die al met elkaar werken, dan mensen van verschillende en bovendien concurrerende werkgevers.
* We blijven binnen de vertrouwde omgeving van de krant zelf.
* De krant werkt met een groep vaste fotografen, de testgroep is binnen handbereik
* De krant als ambassadeur voor het uitrollen van het platform

De scope bakenen we verder af naar de fotoredactie van de krant. Zo kunnen we het proces van één foto in kaart brengen, de partijen in de keten aanmerken, de transacties die er plaatsvinden benoemen en de momenten in de keten aanmerken waarop smart contracts ruwe data tot rijke data kunnen transformeren.

We zien de volgende mensen in deze afgebakende keten

* Fotograaf
* Fotoredacteur
* Lezer

Slide 18

Voor het begin van het ontwerp onderscheiden we 3 lagen

1. Het fysieke proces (geel)
2. De applicatie of software (blauw)
3. De infrastructuur (groen), waarvoor we blockchain hebben gekozen. Dit is immers een manier om rijke data te creëren, transparantie te bevorderen en frictie te verminderen. PurePictures heeft behoefte aan alle drie de kernwaarden.

Slide 19

Proces

Voor deze use case zoomen we verder in op het begin van de keten, het stuk waarin de foto wordt gemaakt, en de locatie en een aantal waardevolle metadata in de blockchain worden vastgelegd.

De metadata bestaan uit een set gegevens die aan de foto vastzitten, of die je zelf aan de foto toevoegt, zoals tijdstip van de foto, gps locatie, de isowaarde, of de flits is afgegaan of niet, of er een uitsnede is gemaakt van de foto, en het serienummer van de camera. Zodra je iets toevoegt of wijzigt, zie je dat terug in de metadata onder Status metaegegevens.

Slide 20

Use case- deel 1

Verder inzoomend op het proces richten we ons op de use case waarin verschillende attributen van de foto worden vastgelegd in de blockchain, zodra die is gemaakt. De metadata, of attributen die we willen vastleggen zijn

* Locatie foto
* Datum foto
* Naam fotograaf
* Serienummer camera

Een transactie, of A – B zou dus kunnen zijn

A = Loggen van de foto (locatie foto / datum foto / naam fotograaf / serienummer camera)

B = fotograaf krijgt token als eigendomsbewijs terug.

Slide 21

Use case- deel 2

Hier onderscheiden we 2 transacties, of A-B’tjes

Uploaden naar IPFS (A) en hash ontvangen (B)

Uploaden metagegevens (A) en token van eigendom ontvangen (B)

Ad1. Zodra de fotograaf de foto maakt wordt de foto geüpload, in eerste instantie naar IPFS, dat de locatie van de foto vastlegt in de blockchain. De fotograaf krijgt vervolgens een hash terug met de locatiegegevens van de foto op de blockchain. De hash bepaalt én de plaats én de “content” van de afbeelding.

Ad2. Vervolgens worden deze hash samen met de andere metadata van de foto geüpload naar de metamask wallet van de fotograaf. Het smart contract om deze data van de foto te hashen en vast te leggen in Ethereum wordt geïnitieerd waarop de fotograaf een transactie bericht krijgt dat hij eigenaar is van de foto.

De Definition of Done = de metadata of attributen van 1 foto zijn in een blockchain vastgelegd en gekoppeld aan de private key van de fotograaf, waarop de fotoredactie hem kan hem publiceren. Wanneer er discussie ontstaat over de foto, kan de hash met de bijbehorende metadata worden vrijgegeven. De lezer kan de foto dan zonder enige twijfel factchecken.

Slide 22

Hoe mooi zou het zijn als de allereerste foto waarvan PurePictures de originele metadata vastlegt in de blockchain, de foto is van Jennifer in Paradise.

