

desetci onih koje ne zadovoljavaju ni osnovnu kartografsku razinu. Problem je u tome što postoji prirodna pretpostavka da se o stranicama poput *Amazing maps* brinu stručnjaci i da karte biraju pomnim odabirom. To nažalost nije tako i umjesto dobrih karata često se nudi smeće.

Uspoređujući 80 000 sljedbenika *Amazing maps* na *Twitteru*, autor ističe da ih on ima 1300, Britansko kartografsko društvo 750, a predsjednik tog društva Peter Jones 66. *Mapbox* ima 16 000 sljedbenika, a *Esri* 35 000. Iako su svi pobrojani veći autoriteti za kartografiju, ljudi biraju *Amazing maps*.

Neke od najpopularnijih web-stranica s kartama na internetu nude takozvane najbolje karte u protekloj godini. Na šest slika u članku su priloženi isjecci tih 66 karata iz 2013. godine od kojih su samo pet na više od jedne liste, a od njih samo dvije na tri liste. Kako su birane karte ilustrira primjer s jedne web-stranice na kojoj su izabrane one karte koje su izazvale najviše javnih reakcija. To bi mogle biti najpopularnije karte, a ne ujedno i najbolje. Pitanje je koliko je tih karata prikazano na izložbama organiziranim uz kartografske konferencije. Odgovor je vjerojatno nula jer ni jedna nije dobila neku nagradu na nekoj od tih konferencija.

Autor potom postavlja logično pitanje. Ako operacije mozga obavljaju kvalificirani neurokirurzi, ako automobile servisiraju kvalificirani mehaničari, a na sudovima nas zastupaju kvalificirani odvjetnici, zašto prihvaćamo da karte radi bilo tko, tj. svatko. To je stvar kartografske profesije, tijela stručnih kartografa. Ti stručnjaci trebaju pokazati svijetu što je kvaliteta, inače će kartografska kakofonija i dalje rasti.

Literatura

Field, K. (2014): Editorial – A Cacophony of Cartography, *The Cartographic Journal*, 51, 1, 1–10, (cjeloviti tekst dostupan je članovima hrvatske akademske i istraživačke zajednice preko mrežnog pretraživača PERO).

Nedjeljko Frančula

ISTRAŽIVAČKI POTENCIJAL Twittera – IZBOR IZ LITERATURE

Twitter je mrežna društvena usluga koja omogućuje korisnicima slanje i čitanje kratkih poruka (do 140 znakova) nazvanih tvitovi (*tweets*). Registrirani korisnici mogu slati i čitati tvitove, a neregistrirani korisnici mogu ih samo čitati. Twitter je kreiran u ožujku 2006. godine, a lansiran u srpnju iste godine. U svibnju 2015. godine imao je više od 500 milijuna korisnika od kojih 302 milijuna aktivnih (Wikipedia 2015).

Prva istraživanja Twittera kao društvene mreže dokazala su njegov globalni karakter i znanstveni potencijal već godinu dana nakon njegove pojave. U ovom broju Geodetskog lista dali smo kratke prikaze triju članaka koji ukazuju na istraživački potencijal Twittera na području geoinformacija i kartografije. Ovdje skrećemo pozornost na još deset članaka kojima su cjeloviti tekstovi slobodno dostupni na internetu.

Crawford, C. (2010): How informative is Twitter?
<http://blog.textwise.com/2010/01/08/how-informative-is-twitter/>.

Field, K., O'Brien, J. (2010): Cartoblography: Experiments in Using and Organising the Spatial Context of Micro-blogging. *Transactions in GIS* 14, Supplement, 5–23, (cjeloviti tekst dostupan preko pretraživača PERO).

Fujita, H. (2013): Geo-tagged Twitter collection and visualization system. *Cartography and Geographic Information Science*, 40, 3, 183–191,
<http://www.tandfonline.com/loi/tcag20>.

- Graham, M., Hale, S. A., Gaffney, D. (2014): Where in the world are you? Geolocation and language identification in Twitter. *Professional Geographer*, 4, 568–578, (cjeloviti tekst dostupan preko pretraživača PERO).
- Hahmann, S., Purves, R. S., Burghardt, D. (2014): Twitter location (sometimes) matters: Exploring the relationship between georeferenced tweet content and nearby feature classes. *Journal of Spatial Information Science*, 9, 1–36, <http://www.josis.org/index.php/josis>.
- Lin, J., Cromley, R. G. (2015): Evaluating geo-located Twitter data as a control layer for areal interpolation of population. *Applied Geography*, Vol. 58, March, 41–47, (cjeloviti tekst dostupan preko pretraživača PERO).
- MacEachren, A. M., Robinson, A. C., Jaiswal, A., Pezanowski, S., Saveljev, A., Blanford, J. L., Mitra, P. (2011): Geo-Twitter Analytics: Applications in Crisis Management. In: 25th International Cartographic Conference, Paris, July 3–8, http://www.geovista.psu.edu/publications/2011/MacEachren_ICC_2011.pdf.
- Sakaki, T., Okazaki, M., Matsuo, Y. (2010): Earthquake shakes Twitter users: real-time event detection by social sensors. In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web*, 851–860, ACM, <http://csce.uark.edu/~tingxiny/courses/5013spring13/readingList/www2010.pdf> <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=1772690.1772777>.
- Wakamiya, S., Lee, R., Sumiya, K. (2012): Crowd-sourced cartography: measuring socio-cognitive distance for urban areas based on crowd's movement. In *Proceedings of the 2012 ACM Conference on Ubiquitous Computing*, 935–942, ACM, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.361.8381&rep=rep1&type=pdf>.
- Zhang, W., Gelernter, J. (2014): Geocoding location expressions in Twitter messages: A preference learning method. *Journal of Spatial Information Science*, 9, 37–70, <http://www.josis.org/index.php/josis>.

Literatura

Wikipedia (2015): Twitter, <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>, (1. 6. 2015.).

Nedjeljko Frančula

DOBROVOLJNO KARTOGRAFIRANJE U KRIZNIM SITUACIJAMA

Radikalna promjena od statičnih „mrtvih“ karata na „žive“ i dinamične karte, koja se zbiva u posljednjih deset godina, zahtijeva promjenu našeg shvaćanja karata i načina njihove uporabe. Sve veća količina georeferenciranih podataka koji nastaju u stvarnom vremenu, a kojima se besplatno ili uz male troškove služimo u komuniciranju, odgovorna je za taj pomak prema stvarnom vremenu. Fizički senzori diljem svijeta generiraju ogromnu količinu podataka, ali to čine i ljudi. Ljudi s mobilnim telefonima impresivna su masa multimedijских senzora. Ta sve veća mreža ljudskih senzora nazvana je i novim „živčanim sustavom“ naše ga planeta. Taj sustav generira značajnu količinu podataka u stvarnom vremenu preko SMS-a i platformi društvenih medija kao što su *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* i *Flickr* – osobito u kriznim situacijama. Meier (2012) izvještava o dobrovoljnom kartografiranju, ponekad samo kartiranju, u kriznim situacijama u Keniji, Haitiju, Rusiji, Libiji, Japanu i Siriji.

U postizbornim nasiljima u Keniji 2008. godine poginulo je više od tisuću ljudi, a više od pola milijuna ih je raseljeno. Stoga su neki kenijski aktivisti odlučili omogućiti ljudima da izvještavaju o kriznim područjima. Postavili su web-stranicu s *Google Map* područja Kenije, obrazac za prijavu i SMS broj. To je omogućilo svakome s mobilnim telefonom ili pristupom internetu da svjedoči o kršenju ljudskih prava u svojoj blizini.