

« Il faut du monde... »: Conseils et exemples d'utilisation du crowdsourcing pour collecter des informations

par Di Luong

Publié pour la première fois le 5 août 2021

Le crowdsourcing est de plus en plus utilisé par les journalistes, les activistes, les chercheuses et chercheurs et les investigatrices, investigateurs citoyen·ne·s pour collecter des informations, les vérifier et construire un ensemble d'éléments de preuves qui peuvent aider à exposer les problèmes affectant les communautés partout dans le monde. Quels sont les principaux besoins, méthodes et considérations à prendre en compte lors de la mise en place et de la gestion d'un effort d'une production participative (crowdsourcing) ?

Cet article présente un résumé du discours de Tetyana Bohdanova « Au-delà des choses à faire et à ne pas faire : principales considérations pour le crowdsourcing d'éléments de preuves » et celui de Justus Von Daniels « CrowdNewsroom : Il faut une foule pour avoir une plus grande histoire » lors de la conférence « L'investigation, c'est de la collaboration » ([Investigation is Collaboration conference](#)) organisée par le projet *Exposing the Invisible* du 2 au 6 août 2021.

Qu'est-ce que le crowdsourcing et quand l'utiliser ?

Le crowdsourcing est la pratique consistant à demander à un grand nombre de personnes de fournir des informations ou des commentaires sur un sujet, un incident, un problème, etc. Les médias, les ONG, les chercheuses, chercheurs et les journalistes utilisent de plus en plus le crowdsourcing comme une forme de collecte d'informations afin de coopérer avec des communautés et de mobiliser les gens en leur demandant de réfléchir à un sujet, de signaler les problèmes ou de chercher des solutions.

Le terme *crowdsourcing* a été inventé par Jeff How dans un article du magazine Wired en 2006, où il le définit comme une nouvelle façon de trouver de la main-d'œuvre rendu possible par l'internet. Différents types de crowdsourcing lucratif et non-lucratif ont émergé depuis.

- Par exemple, Wikipédia est le meilleur exemple de source collective de connaissances, tandis qu'[Ushahidi](#) est une plateforme populaire pour le *crowdmapping*.
- [Bellingcat](#) est une organisation spécialisée dans les investigations citoyennes en ligne et utilise souvent le crowdsourcing via les réseaux sociaux pour recueillir des informations, documenter et vérifier des événements dans le cadre de ses reportages et analyses. Par exemple, l'une de leurs investigations phares sur la chute de l'avion Malaysia Airlines 17 (MH17) en Ukraine en 2014 s'est largement appuyée sur [le crowdsourcing](#).
- Un autre exemple est la collaboration en 2017 entre Amnesty International et Airwars dans une investigation commune ([joint investigation](#)) sur le bombardement de Raqqa, en Syrie, qui a impliqué plus de 138 mille contributeurs volontaires de 124 pays.

Que doit-on prendre en compte dans les projets basés sur le crowdsourcing ?

Tetyana Bohdanova étudie l'impact de la technologie sur la démocratie et se spécialise dans le monitoring des élections et l'engagement de la société civile. Elle propose un cadre pour développer et mettre en œuvre des initiatives de crowdsourcing. Ce cadre peut être appliqué à tout projet de production participative, qu'il s'agisse de collecter des informations auprès du public dans le cadre des investigations ou de surveiller des événements en cours (comme des manifestations, des catastrophes naturelles), de cartographier des problèmes spécifiques dans une région ou de chercher des réponses à une question :

1. Définissez l'objectif de votre initiative
2. Considérez l'éthique, la légalité et la sécurité
3. Définissez le public, le format et la durée
4. Identifiez la meilleure méthode
5. Engagez efficacement les contributrices et contributeurs
6. Identifiez les bons outils
7. Établissez un processus de vérification des données
8. Analysez les données et présentez les résultats

Les « pour »	Les « contre »
Permet de piocher dans un vaste réservoir de données autrement inaccessibles aux organisatrices, organisateurs	Présente le danger de manipulation
Permet d'engager des contributeurs différents et contributrices différentes	Peut exiger beaucoup de savoir-faire et de ressources
Peut aider à gagner du temps et à réduire les coûts	Présente le risque de se retrouver avec les mains vides
Ouvre de nouvelles voies de collaboration avec les contributrices, contributeurs et/ou d'autres personnes travaillant dans le même domaine	Peut impliquer des risques pour les organisations et les contributrices, contributeurs

Tableau : Avantages et inconvénients de l'utilisation du crowdsourcing dans votre investigation ou projet de recherche. Avec l'aimable autorisation de Tetyana Bohdanova. Pour voir la présentation complète «Au-delà des choses à faire et à ne pas faire : principales considérations pour le crowdsourcing des éléments de preuves», suivez **le lien** ([see full presentation](#)).

1. Définissez l'objectif de votre initiative

Pourquoi voulez-vous/avez-vous besoin de lancer un projet de crowdsourcing ? Il est possible que vous souhaitez rassembler des données et construire des éléments de preuves pour une histoire, pour soutenir d'autres organisations dans leur recherche et leur action de sensibilisation, pour attirer l'attention sur une problématique ou pour mobiliser les gens autour d'une question importante, d'un événement, etc.

Quel que soit l'objectif, il est important de se rappeler que lorsque vous mettez en place un effort de crowdsourcing, vous devez peser les risques car les données pourraient être manipulées ou corrompues par des entités opposées. Cette méthode ne doit pas nécessairement être la principale source de collecte de données pour votre projet, elle peut être utilisée en parallèle avec d'autres sources comme la recherche sur le terrain, la recherche d'images satellites ou la vérification d'autres sources de médias pour garantir l'exactitude des données.

2. Considérez l'éthique, la légalité et la sécurité

Pour que les gens puissent effectivement vous soumettre des informations, vous devez vous assurer de fournir des outils et des plateformes largement accessibles. Cela signifie utiliser des outils qui sont inclusifs. Par exemple, n'utilisez pas de plateformes et d'outils de crowdsourcing qui ne fonctionnent qu'avec une puissante connexion internet ou avec des ordinateurs portables dans un contexte où aucun de ces éléments n'est facilement accessible à la majorité des gens. En plus, lorsque vous gérez des projets de crowdsourcing, vous êtes également responsable de la sensibilisation et de la réduction des risques pour les personnes impliquées, en restant transparent·e sur les problèmes de sécurité auxquels les contributrices, contributeurs peuvent être confronté·e·s.

3. Définissez le public, le format et la durée

Déterminez qui sont les bénéficiaires. Les bénéficiaires peuvent être différents des contributrices et contributeurs.

Prévoyez ce qui arrivera aux données une fois qu'elles auront été collectées. Quand les données seront-elles publiées après avoir été collectées et quand le public, verra-t-il les résultats de ce travail ? Ces questions influencent la durée du projet et le format des données que vous allez collecter.

4. Identifiez la meilleure méthode

Il existe plusieurs méthodes et formats de production participative de l'information, tels que l'approche structurée, non structurée ou mixte - et ils dépendent tous de l'objectif, du contexte, des bénéficiaires, notamment :

- Lorsqu'une investigation a pour but de recueillir des informations, ne limitez pas le format. Les personnes contribuant à la mission doivent pouvoir soumettre ces données

dans le format non structuré qui leur est le plus facile, par exemple un courriel, un texte, une photo, etc.

- Dans un cas qui implique une réponse humanitaire, chaque information doit être soumise dans un format *structuré* – comme le lieu et l'heure – afin de pouvoir analyser rapidement les données et agir en fonction de celles-ci.
- Dans le cas d'une méthode mixte, les investigatrices et investigateurs sont conscient·e·s que, dans la phase intense du processus, les gens ne peuvent pas fournir les données dans un seul format privilégié, et il peut donc être nécessaire de laisser plus de souplesse.

5. Engagez efficacement les contributeurs

Vous pouvez choisir un excellent sujet, collaborer avec d'autres organisations, utiliser les bons outils, néanmoins si le public ne contribue pas, il n'y a pas de crowdsourcing. Apprenez à connaître votre public et réfléchissez aux avantages et aux risques associés à cet engagement. Les publics sont enclins à participer lorsque les avantages sont clairs, le processus transparent et que les résultats peuvent être rapidement montrés.

6. Identifiez les bons outils

Identifiez les bons outils en tenant compte de l'environnement technologique, comme la connectivité Internet ou l'accès facile ou compliqué à des appareils spécifiques. Tenez compte des habitudes du public concerné, car il peut être lent à accepter les nouvelles technologies. De plus, de quel niveau de sécurité avez-vous réellement besoin avec la technologie que vous utilisez pour le crowdsourcing ? Il est important d'évaluer les outils technologiques et les logiciels que vous utiliserez en fonction de vos besoins et du contexte. Commencez par lire des documents d'introduction utiles comme le guide *La Sécurité d'abord !* ("[Safety First!](#)") dans le Kit du projet *Exposing the Invisible* et l'article de Marek Tuszynski « [La technologie est stupide : comment choisir la technologie pour le travail à distance](#) ».

7. Établissez un processus de vérification des données

Déterminez à quel moment les données sont considérées comme vérifiées ou sont jugées prêtes à être publiées. Un exemple de vérification des données peut inclure la comparaison des données provenant de la communauté avec des rapports/études issus de la presse. Pour plus de conseils et de méthodes de vérification, consultez des ressources précieuses telles que le « [Guide de vérification](#) » de contenu numérique et le "[Verification Handbook For Disinformation And Media Manipulation](#)".

8. Analysez les données et présentez les résultats

Lors de la présentation des données collectées, il est préférable de décrire la méthode ou la méthodologie du processus de crowdsourcing et de l'engagement du public. Montrer comment les résultats ou les conclusions ont été obtenus pourrait renforcer la crédibilité de vos résultats et des articles ou rapports que vous publiez. Il est également très important d'exprimer ses

remerciements et de créditer les contributrices et contributeurs, aux membres de l'équipe, aux développeur·euse·s d'outils, etc.

Exemple: CrowdNewsroom – « On a besoin du public pour avoir une plus grande histoire »

L'organisation indépendante d'investigation à but non lucratif [CORRECTIV](#) a conçu [CrowdNewsroom](#) comme une plateforme permettant aux investigatrices et investigateurs de créer et de mener des projets collaboratifs avec l'aide des communautés. Justus von Daniels, rédacteur en chef de CORRECTIV et l'un des initiateurs de CrowdNewsroom, note que même si le crowdsourcing est un moyen puissant d'engager la communauté, les bases de données d'informations collectées auprès des gens par ce biais peuvent soulever diverses considérations liées à la validité des données, aux risques pour la sécurité des personnes fournissant les données ainsi qu'à la sécurité du stockage et du partage des données par les organisatrices et organisateurs du projet eux-mêmes. Les bases de données contenant des informations collectées par crowdsurfing contiennent des informations sensibles, y compris des données personnelles telles que les lieux où se trouvent les personnes qui y contribuent - beaucoup de ces personnes pouvant être en danger dans leur propre milieu. Ces risques doivent être rendus transparents pour tous les participants. Par conséquent, si la gestion de tels projets peut sembler être un moyen facile de collecter des informations, elle nécessite un investissement important en termes de temps, de communication, de compétences et de financement pour garantir la sécurité des contributrices et contributeurs et des données, la validité et la transparence des données, ainsi que l'impact souhaité des résultats et des histoires qui en découlent.

CORRECTIV a lancé le projet de crowdsourcing en continu intitulé "[Who owns Hamburg?](#)", demandant au public de fournir des informations sur les conditions de propriété dans le marché immobilier de la ville allemande de Hambourg, car [il n'existe pas de base de données ouverte et transparente](#) des propriétaires de biens résidentiels dans les villes allemandes. Personne ne sait vraiment qui sont les grands propriétaires immobiliers qui contrôlent le marché local des prix des logements.

Dans le cadre du projet "[Who owns Hamburg?](#)", la sécurité des données et la responsabilité étaient essentielles pour établir et maintenir la confiance avec les personnes fournissant des informations au projet. La plupart d'entre elles et eux étaient des locataires locaux fournissant des informations sensibles sur les propriétaires des maisons qu'ils louaient. Les mesures de sécurité étaient cruciales, car un tel projet de crowdsourcing pourrait être ciblé par les personnes faisant l'objet de cette investigation ou par toute autre personne s'opposant à cette initiative d'investigation.

D'après l'expérience de CrowdNewsroom, voici quelques questions que le public peut initialement poser aux organisateurs d'un projet de crowdsourcing :

- Qui gère le serveur où mes informations sont soumises/collectées ?
- Où est situé le serveur ? (Il est essentiel pour les investigatrices et investigateurs d'investir beaucoup dans la sécurité des données afin d'augmenter la confiance).

- Qui a accès à la base de données ?
- Qui sont vos partenaires ?
- Dans quelle mesure vos partenaires sont-ils fiables ?

En plus de donner la priorité à l'évaluation et à l'atténuation des risques dans un tel effort de collaboration, il est nécessaire de motiver et d'engager les contributeurs afin d'avoir un projet de crowdsourcing efficace et réussi. Cela implique de comprendre leurs conditions politiques et sociales et ce qui pousse les gens à vouloir contribuer. Les contributeurs et contributrices sont plus susceptibles de participer lorsqu'ils, elles, sont inspiré·e·s par le projet et voient clairement les avantages de l'investigation pour aborder les questions et les sujets qui les préoccupent ou qui les affectent. Une investigation basée sur le crowdsourcing doit trouver un équilibre entre la démonstration rapide des résultats afin d'inciter plus de contributrices et contributeurs tout en considérant la sécurité et le bien-être à long terme de ces derniers.

* **Tetyana Bohdanova** est une experte en matière d'élections et de développement de la société civile et une chercheuse sur l'impact de la technologie sur la démocratie. Elle a plus de dix ans d'expérience sur le terrain en matière d'engagement citoyen et de transparence électorale en Europe de l'Est et en Eurasie, y compris la mise en œuvre de projets de crowdsourcing dans des environnements hostiles.

* **Justus von Daniels** est rédacteur en chef de la salle de presse allemande à but non lucratif CORRECTIV. Il a rejoint CORRECTIV en 2015 en tant que journaliste d'investigation. En 2018, il a dirigé le projet "[Who owns Hamburg?](#)", une investigation avec 10000 participants et sept médias partenaires. Le projet et les publications particulières ont gagné plusieurs prix. Justus est un avocat de formation et a obtenu un doctorat avant de rejoindre le journalisme.

Cet article fait partie d'une série qui comprend des publications produites par l'équipe de Exposing the Invisible au cours d'un projet d'un an (septembre 2020 - août 2021) soutenu par la Commission européenne (DG CONNECT).



Ce texte reflète le point de vue de l'auteur. La Commission n'est pas responsable pour tout usage qui pourrait être fait des informations qu'il contient.
