

Workshopy „Odhalte neviditelné“

Crowdsourcing informací pro investigativu

Crowdsourcing: Referenční dokument

Sezení 1: Úvod do tématu

Co je to crowdsourcing a krátká historie jeho vzniku:

- Termín *crowdsourcing* poprvé použil Jeff How v roce 2006 v článku uveřejněném v časopisu [Wired](#), kde jej definoval jako nový způsob získávání pracovních sil, který umožňuje internet. Od té doby se objevují různé typy komerčního a nekomerčního crowdsourcingu.
- Například [Wikipedie](#) je nejlepším příkladem kolektivního získávání znalostí, [KICKSTARTER](#) je příkladem crowdfundingu projektů, [Ushahidi](#) je populární platforma pro hromadné mapování informací.
- Platforma Ushahidi je vyzdvihována za to, že byla jednou z prvních platforem, které umožnily „[aktivistické mapování](#)“, neboli typ aktivismu, který kombinuje crowdsourcing, občanskou žurnalistiku a geografické informace pro účely sociální změny nebo veřejné odpovědnosti. Nejčastěji se Ushahidi používá k hromadnému mapování informací o krizích.
- Crowdsourcing stále častěji [využívají i novináři](#).

Výhody a nevýhody crowdsourcingu:

Klady	Zápory
<ol style="list-style-type: none">1. Umožňuje využívat rozsáhlý soubor údajů, které jsou jinak pro organizátory nedostupné.2. Umožňuje diverzitu zapojených přispěvatelů.3. Může pomoci ušetřit čas a náklady.4. Nabízí nové možnosti spolupráce s přispěvateli a/nebo jinými subjekty pracujícími ve stejném prostoru.	<ol style="list-style-type: none">1. Přináší s sebou nebezpečí manipulace.2. Může vyžadovat mnoho know-how a zdrojů (např. k nastavení technických nástrojů, ověření sesbíraných údajů a jiné).3. Nese s sebou nebezpečí, že se vrátíte s prázdnými rukama (úspěch crowdsourcingu velmi závisí na efektivním zapojení přispěvatelů).4. Může představovat potenciální riziko pro organizátory a přispěvatele (např. při crowdsourcingu citlivých údajů).

Zmírnění rizika manipulace:

- Vzhledem k problémům, které vznikají při ověřování údajů získaných z crowdsourcingu, a k riziku poškození údajů protistranou (např. prostřednictvím botů nebo zlomyslného úsilí uživatelů) se mnohé organizace rozhodly používat crowdsourcing nikoli jako primární, ale jako doplňkovou metodu sběru údajů.
- Například při pomoci při katastrofách se nezdálo kombinují údaje pořízené uživateli sociálních médií se záběry z dronů nebo se satelitními snímky.
- Při pozorování voleb mohou zprávy voličů dále zkoumat profesionální volební pozorovatelé nebo novináři a mohou sloužit jako podpůrný důkaz o nesrovnalostech v procesu voleb.

Alternativy, které je třeba zvážit:

- Crowdsourcing často vyžaduje mnoho know-how a zdrojů, které budou blíže prozkoumány v další části.
- Někdy je proto vhodnější použít jiné metody, které by mohly přinést podobné výsledky, jako například postupy spadající pod open source intelligence (OSINT) zaměřené na využívání [otevřených nástrojů a zdrojů](#).

Příklady využití crowdsourcingu novináři, v krizových situacích nebo při lepší správě věcí veřejných, odpovědnosti nebo ochraně lidských práv:

Crowdsourcing v žurnalistice

Centrum Tow pro digitální žurnalistiku na Columbia's Graduate School of Journalism, které se zabývá vlivem technologií na žurnalistiku, zkoumá využívání crowdsourcingu médií v této [příručce z roku 2015](#).

Centrum TOW definuje crowdsourcing v žurnalistice jako „akt vyzvání skupiny lidí, aby se zapojili do zpravodajské úlohy – například na shromažďování zpráv, sběru údajů nebo analýze – prostřednictvím cílené, otevřené výzvy k předložení příspěvků, osobních zkušeností, dokumentů nebo jiných příspěvků“.

- V roce 2018 uskutečnila televize ABC Australia největší crowdsourcované vyšetřování v zemi v oblasti péče o seniory prostřednictvím [strukturované výzvy k získání informací](#).
- Německý investigativní zpravodajský portál CORRECTIV vyvinul účinný způsob, jak zapojit veřejnost do hromadného získávání informací o různých tématech prostřednictvím své ověřené platformy [CrowdNewsroom](#). Jedním z jejich dosud nejúspěšnějších crowdsourcingových vyšetřování byl projekt „[Komu patří Hamburk?](#)“ (dostupné v němčině), který vyzýval občany Hamburku, aby otevřeně prozkoumali, kdo skutečně vlastní a spravuje nájemní nemovitosti na netransparentním trhu s nemovitostmi ve městě.
- Bellingcat je organizace zaměřená na online občanské investigativní zpravodajství a crowdsourcing často využívá na sociálních sítích ke shromažďování informací, dokumentování a ověřování událostí v rámci svých příběhů a zpráv. Například

jedno z jejich [hlavních vyšetřování sestřelení osobního letadla Malaysia Airlines 17 \(MH17\)](#) na Ukrajině v roce 2014 se ve velké míře opíralo o crowdsourcing.

- Producenti dokumentárního filmu o rodinách postižených mexickou drogovou válkou – „[Anyone's Child Mexico](#)“ – sbírali příběhy prostřednictvím bezplatné telefonní linky místních organizací a žádali lidi z celého Mexika, aby volali a vyprávěli své příběhy.

Crowdsourcing pro mapování krizí

Použití platformy Ushahidi během zemětřesení na Haiti v roce 2010 se považuje za první případ [využití crowdmappingu při pomoci při katastrofách](#). Od té doby bylo vyvinuto a nasazeno několik dalších platform hromadného mapování pro humanitární pomoc, a to i v kombinaci s jinými technologiemi, například s využitím dronů nebo satelitních snímků.

- Zde je [příklad využití crowdsourcingu k mapování stanic na mytí rukou](#) v roce 2019 v Indonésii s cílem zabránit šíření nákazy COVID-19, který podrobně popisuje strategie použité k přilákání uživatelů.

Crowdsourcing pro lepší správu věcí veřejných, odpovědnost a lidská práva

Crowdsourcing využívají také aktivisté a ochránci lidských práv k [mapování úplatkářství a korupce](#), pomoci občanům [při nahlašování místních problémů](#) úřadům a [odhalování porušování lidských práv](#).

- Zde je příklad společného vyšetřování organizací Amnesty International a Airwars [z roku 2017](#), které se týkalo bombardování Rakky v Sýrii, do něhož se zapojilo více než 138 000 dobrovolníků ze 124 zemí.
- ProPublica je nezávislá nezisková redakce zabývající se investigativní žurnalistikou. V USA v roce 2020 uspořádala společné mediální pokrytí problémů v den voleb v reálném čase s názvem [ElectionLand](#), a to prostřednictvím crowdsourcingu údajů z webových formulářů voličů, textových zpráv, čísla WhatsApp a spolupráce s horkou linkou elektronické ochrany.

Sezení 2: Nastavení crowdsourcingu

Než se rozhodnete pustit do crowdsourcingu, je důležité položit si několik otázek. Otázky k diskusi jsou uvedeny níže:

- **Proč chcete využívat crowdsourcing?**
 - Například na vyprávění příběhu/zvyšování povědomí o nějakém problému, shromažďování údajů, které pomohou jiným aktivistům nebo organizacím v jejich práci, zapojení občanů do důležitého procesu nebo události apod. Například:

- Hromadná online petice [vyzývající k zajištění celosvětově dostupné vakcíny proti koronaviru](#)
- Živá [mapa kvality ovzduší](#) na celém světě
- Platforma, prostřednictvím které mohou občané oznamovat [problémy](#) místním orgánům

- **Jaké jsou hlavní etické aspekty crowdsourcingu důkazů?**

- Možná budete chtít zvážit takové aspekty, jako je přesnost informací, soukromí přispěvatelů, vlastnictví shromážděných údajů a dostupnost vašeho úsilí.
- Některé z těchto aspektů mohou mít i právní důsledky, takže před zahájením tohoto úsilí může být rozumné poradit se s právníkem.

- **Do jaké míry jsou shromážděné údaje ověřitelné?**

- Crowdsourcing může být užitečným nástrojem pro shromažďování údajů, které možná neznáte.
- Může také jít o výzvu k ověření, zvláště pokud stojíte proti větším subjektům, které mohou organizovat boty a uživatele, jež mohou vaše údaje zkreslovat. Proto si před zapojením do crowdsourcingu důkladně promyslete, zda a jak by bylo možné shromažďované údaje ověřovat.
- Až budete svá zjištění zveřejňovat, jasně vysvětlete, do jaké míry jste byli schopni údaje ověřit. Jestliže něco nasvědčuje tomu, že byly údaje úmyslně zkresleny, pečlivě zvažte, zda by se vůbec měly zveřejňovat. Například:
 - Ruská crowdmappingová platforma <https://www.kartanarusheniy.org/> pro mapování volebních incidentů obsahuje prohlášení o odmítnutí odpovědnosti, ve kterém se uvádí, že zprávy o volebních přestupcích jsou dobrovolně poskytovány uživateli a jsou zveřejňovány bez dalšího ověřování správci webové stránky s cílem urychleně na dané skutečnosti upozornit orgány volební správy a orgány činné v trestním řízení (obsah v ruštině).

- **Kdo jsou vaši přispěvatelé?**

- Získávání příspěvků od vyškolených aktivistů může vypadat jinak než snaha o zapojení běžných občanů.
- Možná také budete chtít zvážit demografické faktory, jako je věk, pohlaví nebo geografická poloha přispěvatelů.
- Pokud nechcete, aby vaše údaje pocházely pouze od jedné podskupiny obyvatelstva, položte si otázku, zda se informace o vašem úsilí mohou dostat k [marginalizovaným skupinám](#), zda jsou nástroje, které používáte, přístupné pro všechny stejně, nebo jestli spíše prohloubí existující [digitální rozdíly](#).
- Ačkoli data nemusí být [reprezentativní](#) v sociologickém smyslu, můžete přesto chtít, aby pocházely z různých míst a různých skupin, abyste svými zjištěními prezentovali přesnější obraz situace.

- **Kdo jsou vaši příjemci?**

- Nezapomínejte, že poskytovatelé údajů a koneční příjemci vaší práce nemusí být jedni a titíž.
 - Pokuste se svá zjištění prezentovat ve formátu, který bude přístupný publiku, s nímž se o ně chcete podělit. To může ovlivnit formát, ve kterém budete data z crowdsourcingu získávat. Například:
 - Webová stránka projektu „[Dal jsem úplatek](#)“, který sleduje korupci v Indii, zpracovává mapu země podle hustoty zpráv přicházejících z jednotlivých regionů, zveřejňuje jednotlivé zprávy v reálném čase, sumarizuje je podle kategorií a poskytuje přehled následných zpravodajských publikací.
- **Jaká jsou rizika?**
 - Důležité je také myslet na všechna rizika nebo bezpečnostní aspekty, které mohou ovlivnit vás nebo vaše přispěvatele, a na to, zda jsou si jich přispěvatelé vědomi.
 - V případě potřeby přijměte všechna opatření na ochranu jejich soukromí a anonymity. Někdy to může znamenat přijetí dalších kroků k deanonymizaci dat před jejich dalším zpracováním.
- **Kdo by se mohl stát vaším partnerem nebo spolupracovníkem?**
 - Přemýšlejte o dalších skupinách nebo samostatných aktivistech, kteří by mohli mít o podobnou práci zájem nebo se jí již věnují. Existují skupiny, které mají zkušenosti s crowdsourcigem důkazů nebo jejichž údaje můžete použít k porovnání svých zjištění?
 - Obvykle je dobré spolupracovat s jinými subjekty, abyste efektivněji rozložili své úsilí nebo se vyhnuli duplicitě.
 - Kromě toho se v rámci vaší spolupráce mohou objevit zajímavé smíšené přístupy ke sběru údajů. Například:
 - Projekt [Electionland](#) společnosti ProPublica představoval společné novinářské úsilí zaměřené na přístup k hlasování, kybernetickou bezpečnost, dezinformace a integritu voleb v USA v roce 2020. S cílem zdokumentovat překážky při hlasování v reálném čase organizace vytvořila koalici [více než 150 redakcí](#) po celé zemi a zároveň [vyhlásila výzvu](#) voličům, volebním pracovníkům a volebním administrátorům, aby prostřednictvím různých kanálů nahlašovali jakékoli problémy, které zažili nebo kterých byli svědky během hlasování.
- **Co se dále stane s údaji?**
 - Chcete například otevřeně sdílet nezpracovaná data nebo napsat a šířit zprávu založenou na vašich zjištěních?
 - Je rozhodující, aby byla zjištění k dispozici okamžitě?
 - V jakém formátu musí být data? Například:

- Služba FixMyStreet ve Spojeném království zveřejňuje souhrnné údaje o problémech nahlášených občany na [živém informačním panelu](#), kde uvádí i hlavní kategorie, sleduje, kolik hlášení již bylo vyřešeno, a hodnotí místní úřady podle jejich reakce.
- **Mají se určité zásluhy vyzdvihovat a jak?**
 - Je důležité vždy ocenit ty, kteří si to zaslouží.
 - Může se jednat o poděkování spolupracujícím organizacím, uvedení použitých nástrojů a softwaru, a dokonce i uvedení jmen přispěvatelů (skupin nebo nejaktivnějších jednotlivců v obzvláště rozsáhlém úsilí), pokud nepotřebují/nechtějí zůstat v anonymitě.
 - Vždy se u přispěvatelů informujte, jakým způsobem si přejí být zmíněni, nebo přidejte poznámku a prohlášení o tom, jak bude poděkování prováděno, včetně možnosti, jak lze veřejné poděkování odmítnout, pokud pro ně představuje nějaké riziko. Například:
 - Při zveřejňování svých [zjištění o úmrtích civilistů](#) během bombardování Rakky v Sýrii v roce 2017 Amnesty International a Airwars uvedli všechny partnery, nástroje a hlavní přispěvatele, kteří poskytli několik proudů důkazů použitých při vyšetřování (viz sekci <https://raqqa.amnesty.org/> => „Toolkit“ => „Credits“).

Sezení 3: Výběr správného přístupu ke crowdsourcingu

Výběr správného přístupu závisí na vašich cílech.

Někdy novináři vytvoří zabezpečený kanál, přes který mohou občané anonymně posílat tipy, ochránci práv mohou vyzývat oběti, aby předložily důkazy o zneužívání v jakémkoli formátu, a volební pozorovatelé mohou žádat, aby se voliči pokusili kategorizovat typ nesrovnalosti, jichž jsou svědky, podle předem stanovených kritérií.

Aby údaje získané z crowdsourcingu vyhovovaly přísnému formátu potřebnému k analýze, musí splňovat určitý rozsah. Podle něj si stanovíte, zda byste se měli zapojit do sběru strukturovaných nebo nestrukturovaných údajů.

- [Příručka pro crowdsourcing](#) Centra pro digitální žurnalistiku (Tow Center for Digital Journalism) Kolumbijské univerzity rozlišuje mezi „**otevřenými**“ a „**specifikovanými**“ **výzvami** k přispívání, a to následovně:
 - V rámci „otevřených“ výzev je veřejnost vyzvána, aby se na novináře obracela s informacemi prostřednictvím různých kanálů (e-mailu, telefonu, SMS, online anketních softwarů atd.) a přispěla hlasy, výzvami, tipy nebo jakýmkoli jiným

materiálem, který chce zpravodajské organizaci/novináři předložit. Tento formát se obvykle řídí formátem otevřeného sběru dat.

- Při „specifikovaných“ výzvách se novináři zaměřují na určité skupiny s konkrétní žádostí o informace. Informace se obvykle poskytují v předem definovaném formátu a jsou zaznamenány v databázi, ve které lze vyhledávat.
- Mezi **výhody crowdsourcingu specifikovaných údajů strukturovaným způsobem** patří soustředění konkretizovaných typů důkazů v jednotném formátu, který umožňuje snadnou analýzu údajů. Přísnější formát však může omezit schopnost cílových skupin přispívat daty.
- Otevřené **nestrukturované výzvy** umožňují hromadné získávání většího množství údajů od potenciálně většího počtu přispěvatelů, aniž byste sebe a své publikum omezovali typy zpráv, které si myslíte, že můžete získat. Zároveň mohou být ověřování a analýza dat přicházejících různými kanály ve více formátech mnohem pracnější a časově náročnější.
- Někdy lze použít **kombinaci přístupů**, zejména u velkých společných projektů nebo v případech, kdy je třeba porovnat údaje z více proudů důkazů.

Sezení 4: Práce s cílovou skupinou (cílovými skupinami) crowdsourcingu

Úspěšné zapojení členů komunity, kteří chtějí přispět údaji, je polovinou úspěchu vašeho crowdsourcingového snažení.

Jinými slovy, všechno ostatní můžete dělat správně, ale pokud nikdo nepřispěje žádnými údaji, všechna vaše práce bude zbytečná. Proto je velmi důležité myslet na zapojení komunity předem.

- Zde je několik **pomocných otázek** [od společnosti ProPublica](#):
 - Kdo jsou lidé, kterým chcete odpovědět? Proč jsou nejlepší komunitou pro zapojení?
 - Co z toho komunita získá? Jaké jsou důvody, proč by se někdo mohl zúčastnit?
 - Jaké jsou důvody, proč by se někdo nezúčastnil? Jak plánujete zmírnit případné obavy a váhání?
 - Koho se to týká nejvíc? Jaký jazyk používají k popisu problému? Jsou rozzlobení? Kde o tom mluví? Jak?

- Kdo jsou nejvlivnější lidé v této komunitě? Mluvili jste s nimi? Co si myslí o vašem nápadu?
- Nezapomeňte také zvážit **konkrétní společenské a politické podmínky**, ve kterých působíte.
 - Pokud přispívání údají k vaší snaze zahrnuje určitou míru rizika, lidé se budou zdráhat zapojit, pokud neuvěří, že z toho může vzejít hmatatelná změna.
- Přemýšlejte o tom, **jak můžete vzbudit zájem členů** a nadšení z účasti na vašem crowdsourcingu.
 - Někdy to může znamenat, že by crowdsourcingu mělo předcházet zvyšování povědomí a budování důvěry.
 - Můžete se rozhodnout vést informační kampaň o určitém problému, spolupracovat s osobnostmi ovlivňujícími veřejné mínění, budovat důvěru u nejaktivnějších členů komunity a podobně.
- Promyslete si, **jak můžete prokázat výsledky** a poskytnout zpětnou vazbu publiku, i když přispěvatelé zůstanou anonymní. Například:
 - můžete se rozhodnout zveřejňovat živé aktualizace o průběhu vašeho crowdsourcingového úsilí nebo dokonce sdílet některé shromážděné údaje prostřednictvím stejných kanálů, abyste podpořili další příspěvky (viz případ dokumentu „[Anyone's Child: Mexiko](#)“, který je popsán níže a je toho vynikajícím příkladem).
 - Je také užitečné zajistit, aby některé příspěvky přišly co nejdříve po zahájení vašeho úsilí (to se dá předem dohodnout s některými důvěryhodnými zdroji, pokud víte, že již mají čím přispět).
 - **Stručně řečeno, když členové komunity vidí, že se ostatní aktivně zapojují, je pravděpodobnější, že se sami zapojí.**
- |Promyslete si, **jak oslovíte své publikum**.
 - Možná budete chtít prosadit svou výzvu k zapojení prostřednictvím kanálů a metod, které nepreferujete vy, ale vaši cíloví přispěvatelé.
 - Například cílená online reklama pomocí nástrojů, jako je nástroj [Lookalike Audiences](#) na platformě Facebook, může být velmi účinná, ale pouze pokud vaše cílová skupina používá Facebook a máte-li dostatek prostředků na reklamu na Facebooku.
 - ProPublica nabízí **několik pomocných otázek**, které je třeba při výběru správné metody zapojení zvážit:
 - Jaká je nejlepší a nejefektivnější forma komunikace se skupinou? Jak dáte účastníkům vědět, co jste zjistili? Jak moc chcete/potřebujete, aby se tato komunita zapojila do celého procesu podávání zpráv?
 - Co chcete, aby vám lidé řekli prostřednictvím angažovanosti? Snažíte se získat údaje, sbírku anekdot, shromáždit důkazní materiál atd.?

- Jaké konkrétní informace potřebujete shromáždit? Jaký je nejjednodušší způsob, jak vám je může účastník předat? Provedli jste uživatelské testování? Jak proběhlo?
- Pokud se tento projekt rozjede a bude mít obrovský ohlas, jak jej zorganizujete? Co je třeba předem připravit?
- Jak chcete použít nebo zveřejnit to, co účastníci předloží? Jaká povolení vám dávají? Jaký je nejlepší a nejjasnější způsob, jak sdělit své záměry?
- Zde jsou některé **metody a kanály** k oslovení komunity, které můžete zvážit: (více informací naleznete v [případových studiích](#) citovaných Global Investigative Journalism Network):
 - Reportér nizozemské zpravodajské stránky *De Correspondent* Jelmer Mommers se prostřednictvím zpravodajské stránky obrátil přímo na zaměstnance společnosti Shell se žádostí o informace o tom, zda společnost ví o klimatických změnách. Vyzval [čtenáře, aby mu poslali e-mail](#) a obdržel od nich [interní dokumenty společnosti a další informace](#).
 - Americká reportérka *ProPublica* Adriana Gallardo spolupracovala s korespondentkou National Public Radio Renee Montagne na [rozšiřování online dotazníku](#) cíleného na ženy, které zažily život ohrožující komplikace při porodu. Dotazník zveřejněný na Facebooku a Twitteru, jakož i na netradičních místech, například na crowdfundingové stránce GoFundMe, přinesl tisíce odpovědí a vyústil [do více příběhů](#).
 - Tvůrci dokumentárních filmů o drogovém násilí v Mexiku spustili bezplatnou telefonní linku, kterou zveřejnili prostřednictvím místních partnerů a vyzvali lidi z celé země, aby se přihlásili se svými příběhy. Když se tak stalo, volající si mohli vyslechnout i příběhy jiných. Výsledkem tohoto úsilí je multimediální dokumentární projekt „[Anyone's Child: Mexiko](#)“ (k dispozici také ve [španělštině](#)).
- Nezapomeňte zohlednit všechny **aspekty ochrany soukromí a bezpečnosti**.
 - Přináší účast na vašem crowdsourcingu potenciální rizika pro vaši cílovou skupinu? Pokud ano, je velmi důležité, abyste udělali vše, co je ve vašich silách, k zajištění bezpečného komunikačního kanálu a k ochraně identity přispěvatelů.
 - Přestože lidé mohou být k bezpečnostním aspektům shovívavější, než byste očekávali, měli byste se snažit zajistit, aby si byli vědomi rizik a míry, do jaké jste schopni je zmírnit.

Sezení 5: Výběr technických nástrojů pro crowdsourcing

Je snadné cítit se zahlcen nabídkou technických nástrojů pro crowdsourcing nebo se pro jeden z nich příliš nadchnout.. Existuje spousta jednoduchých a bezpečných nástrojů vyvinutých obránci lidských práv, novináři nebo občanskými organizacemi veřejné kontroly (watchdog). Je důležité zvolit správný nástroj, který bude v souladu s cíli a potřebami crowdsourcingu, a ne se snažit navrhnout crowdsourcingovou akci podle něj. Někdy to

může znamenat, že nepotřebujete nejnovější a nejúžasnější technologii, ale místo toho se rozhodnete používat jednoduchou telefonní linku, textové zprávy nebo e-mail.

Abyste si vybrali co nejlépe, je důležité zvážit:

- **Technické prostředí**
 - Má většina lidí z vaší cílové skupiny přístup na internet? Jaký druh spojení mají?
 - Mají přístup k mobilním zařízením nebo chytrým telefonům, pokud ano – jaký typ/modely lidé nejčastěji používají?
 - Zvažte také úroveň jejich počítačové gramotnosti.
- **Ochrana soukromí a bezpečnost**
 - Je důležité zvážit, zda účast na crowdsourcingu nepředstavuje pro vaši cílovou skupinu nějaká rizika. Pokud ano, je velmi důležité, abyste udělali vše, co je ve vašich silách, k zajištění bezpečného komunikačního kanálu a k ochraně identity přispěvatelů.
 - Přestože lidé mohou být k bezpečnostním aspektům shovívavější, než byste očekávali, měli byste se snažit zajistit, aby si byli vědomi rizik a míry, do jaké jste schopni je zmírnit.
- **Používání stávajících nástrojů oproti vytváření/zavádění nových**
 - Lidé se zdráhají měnit své zvyky týkající se technologií. Prozkoumejte, které technické nástroje již vaše cílová skupina používá (např. sociální sítě, online messengery atd.) a zvažte integraci těchto nástrojů do crowdsourcingu.
 - Pokud se rozhodnete vyvinout a zavést speciální nástroj pro crowdsourcing dat v tomto konkrétním prostředí, vezměte v úvahu, že navzdory vaší snaze může trvat nějaký čas, než jej lidé začnou používat, nebo se vám to vůbec nemusí podařit.
- **Některé populární nástroje pro bezpečnou komunikaci a jejich výhody a nevýhody**
 - Existuje několik bezpečných komunikačních nástrojů, které používají novináři a aktivisté. Přestože žádný systém není stoprocentně bezpečný, existují nástroje, které se snaží vytvořit bezpečnější prostředí, než poskytují běžné komunikační kanály (například telefon, sociální sítě, e-mail).
 - Žádný nástroj není nejlepší pro každého, proto je důležité pečlivě zvážit individuální okolnosti vašeho potenciálního přispěvatele (přispěvatelů).

Mezi běžné komunikační kanály patří:

Nástroje	Charakteristika	Kompromisy	Soubory ke stažení a průvodci instalací
----------	-----------------	------------	---

<p>Signal https://signal.org/</p>	<p>Signál je bezplatná aplikace s otevřeným zdrojovým kódem pro iPhone a Android, kterou vyvinula společnost Open Whisper Systems. Šifruje celou komunikaci od jednoho konce až po druhý, takže všechny údaje jsou přístupné pouze odesílateli a příjemci.</p>	<p>Služba Signal není tak populární jako WhatsApp nebo jiné koncové šifrované zprávy a uživatelé se musí zaregistrovat pomocí svých skutečných telefonních čísel.</p> <p>Signal však nezaznamenává prakticky žádná metadata o vašich kontaktech nebo zprávách, takže na základě vašeho používání aplikace není možné vyvodit nic o vaší komunikaci.</p>	<p>https://signal.org/download/</p>
<p>WhatsApp https://www.whatsapp.com/</p>	<p>WhatsApp je populární aplikace pro zasílání zpráv pro iPhone i Android, která využívá podobné koncové šifrování jako Signal. V současnosti jej používají více než 2 miliardy lidí na celém světě.</p>	<p>Podobně jako Signal, i aplikace WhatsApp ukládá telefonní čísla uživatelů. Vlastní ji společnost Facebook a sdílí s ní telefonní číslo uživatele a jeho analytické údaje. Facebook může být také nucen sdílet shromážděné údaje o uživatelích na základě soudního příkazu nebo předvolání.</p> <p>WhatsApp může zálohovat vaše nešifrované zprávy do služby iCloud nebo Disk Google – což je funkce, kterou lze vypnout v nastavení zabezpečení komunikátoru.</p>	<p>https://www.whatsapp.com/download/</p>
<p>Šifrování e-mailu Pretty Good Privacy (PGP)</p>	<p>PGP je šifrovací standard, který je populární mezi novináři pro zabezpečení e-mailů. Využívá kryptografii s veřejným klíčem, což znamená, že každý uživatel má „veřejný klíč“, který se používá k šifrování zpráv ostatním uživatelům. Veřejný klíč lze sdílet s kýmkoli.</p>	<p>PGP vyžaduje určitou úroveň technických znalostí a školení, aby jej mohl používat běžný majitel počítače nebo chytrého telefonu.</p> <p>Jiné zabezpečené komunikační kanály mohou poskytovat srovnatelnou úroveň ochrany a zároveň být</p>	<p>https://www.openpgp.org/software/</p>

	<p>Každý uživatel má také odpovídající „soukromý klíč“, který se používá k odšifrování zpráv a nikdy by jej neměl sdílet.</p> <p>Mezi příklady softwaru pro šifrování e-mailů patří GPG Suite pro Mac, GPG4win pro Windows a Linux, Thunderbird s rozšířením Enigmail a Mailvelope.</p>	uživatelsky přívětivější.	
<p>Protonmail https://proton.me/</p>	<p>ProtonMail je bezplatná plně integrovaná PGP e-mailová služba. To znamená, že se službou ProtonMail může PGP používat každý bez ohledu na své technické znalosti. Zabraňuje také jakékoli třetí straně, včetně samotné služby ProtonMail, číst nebo sdílet vaše e-maily, což je koncept známý jako šifrování s nulovým přístupem.</p>	<p>Přestože je ProtonMail zdarma (pouze základní účet) a snadno se používá, ve výchozím nastavení komunikuje s externími e-mailovými účty bez koncového šifrování. Externí poskytovatel elektronické pošty na druhé straně by tedy mohl mít přístup k e-mailům odeslaným ze služby ProtonMail, proto je dobré komunikovat citlivé informace pouze v rámci služby ProtonMail.</p>	<p>https://proton.me/pricing</p>
<p>SecureDrop https://securedrop.org</p>	<p>SecureDrop je systém s otevřeným zdrojovým kódem pro zasílání informací zpravodajským organizacím, který si mohou nainstalovat pro bezpečné a anonymní přijímání dokumentů a tipů od zdrojů.</p> <p>Je k dispozici ve 20 jazycích a používá se ve více než 50 zpravodajských organizacích po celém světě včetně <i>The New York Times</i>, <i>The Washington Post</i>, <i>ProPublica</i>, <i>The Globe and Mail</i> a <i>The Intercept</i>.</p>	<p>Přestože SecureDrop umožňuje každé organizaci, která si jej nainstaluje, zcela vlastnit servery, minimalizovat metadata a šifrovat údaje a zavádí množství dalších silných bezpečnostních postupů, jeho nastavení může být nákladné a náročné.</p>	<p>https://docs.securedrop.org/en/stable/</p>
<p>Tella</p>	<p>Tella je bezplatná</p>	<p>Přestože se aplikace</p>	<p>https://tella-app.org/</p>

https://tella-app.org/	aplikace pro sběr mobilních dat s otevřeným zdrojovým kódem navržená pro prostředí s omezeným připojením na internet a vysokými bezpečnostními riziky . V současnosti je k dispozici na Android v několika jazycích.	Tella používá poměrně jednoduše a lze ji přizpůsobit potřebám organizace, která ji používá, její nasazení stále vyžaduje zaškolení uživatelů a určité technické dovednosti při nastavování backendového serveru.	
FrontlineSMS https://www.frontlinesms.com	Software, který používají různé organizace k distribuci a shromažďování informací prostřednictvím textových zpráv ve více než 120 zemích.	Používá běžně dostupný, ale ne bezpečný komunikační kanál. Je to placená služba s relativně nízkými poplatky.	https://www.frontlinesms.com/platform

Sezení 6: Ověřování

Ověřování údajů získaných z crowdsourcingu je mimořádně důležité. V závislosti na typu a formátu dat, které se snažíte shromažďovat, si důkladně promyslete, jaký rozsah ověřování chcete a můžete provést.

Výsledky mohou vypadat takto:

- **Neověřené údaje**
 - Některé údaje může být nemožné ověřit, pokud jsou nové a chybí jim několik potvrzujících zdrojů. V tomto případě se nepouštějte do ověřování, ale do lustrace. To znamená, že se pokusíte vyvrátit údaje před jejich zveřejněním.
 - **Pokud údaje nemůžete ověřit, ale přesto je chcete zveřejnit, zřetelně uveďte, že jsou vaše údaje „neověřené“.**
- **Částečně ověřené údaje**
 - Rozhodněte se, jaký rozsah ověření považujete za dostatečný k tomu, aby se údaje mohly zveřejnit.
- **Zcela ověřené údaje**
 - Obvykle se jedná o údaje, které mají několik potvrzujících zdrojů.

- V případě hlášení porušování práv v reálném čase nebo pokud je nutné incident rychle zveřejnit, aby se předešlo dalšímu protiprávnímu jednání nebo újmě, zvažte možnost mít na místě mobilní tým kvalifikovaných lidí, kteří by mohli navštívit místo incidentu a shromáždit potvrzující důkazy;
- Není-li možné ověřit příspěvky přímo na místě, mohou se organizátoři rozhodnout spolupracovat s někým, kdo je přítomen přímo na místě a s kým mohou svá zjištění porovnat.

Ověřování údajů získaných přes crowdmapping

Existuje několik prvků, které mohou být zohledněny při získávání informací z crowdsourcingu během krizí. [Uživatelé platformy Ushahidi identifikovali během zemětřesení na Haiti v roce 2010](#) následující způsoby ověřování údajů, a to i při jejich zaznamenávání do mapy:

- **Lokalita** – přichází zpráva ze správného místa?
- **Reputace** – je zdroj důvěryhodný pro mě nebo pro lidi, kteří jsou sami důvěryhodní?
- **Porovnávání/agregace obsahu** – pomocí shlukování (clustering) nebo jiných metod pro odhalení vzorů
- **Načasování** – přichází zpráva ve správný čas?

Ověřování informací na sociálních sítích

Existují různé techniky ověřování zpráv ze sociálních médií, multimediálních souborů atd., které můžete použít, pokud shromažďujete tento typ údajů (např. příručka [Ověřování zpráv ze sociálních médií](#) od Evropského střediska pro žurnalistiku). Nezapomeňte však, že nastavení procesu ověřování není jednoduchý úkol a může vyžadovat vytvoření složitého modelu rozhodovacího stromu a tým lidí se zvláštními dovednostmi.

- Prohlédněte si tento příklad snahy novinářů o [monitorování a ověřování informací během parlamentních voleb v roce 2012 na Ukrajině](#).

Sezení 7: Analýza údajů a prezentace zjištění

Je důležité prezentovat údaje získané z crowdsourcingu upřímně a pravdivě, ale zároveň vymyslet poutavý formát jejich prezentace.

- Před zapojením se do crowdsourcingu si promyslete, jak budete **svá zjištění analyzovat a prezentovat**. **Formát**, ve kterém chcete prezentovat svá zjištění, může ovlivnit i formát získávání údajů z crowdsourcingu.

- Chcete-li například na základě shromážděných údajů napsat příběh nebo sérii **příběhů**, může být nejvhodnější otevřená nestrukturovaná výzva. Pokud naopak chcete napsat analytickou zprávu, možná budete potřebovat strukturovanější údaje, které lze analyzovat systematictější způsobem.
- I při práci se strukturovanými údaji přemýšlejte o tom, jaký dojem byste chtěli svými údaji vytvořit, jinými slovy, jaký „příběh“ byste chtěli, aby vaše údaje vyprávěly?
- Při zveřejňování zjištění **popište** obě vaše **metody** shromažďování údajů a **způsob**, kterým jste dospěli k závěrům (v případě, že jste provedli analýzu).
- Tam, kde je to potřeba, nezapomeňte vyzdvihnout **zásluhy**. Může to zahrnovat poděkování spolupracujícím organizacím, uvedení použitých nástrojů a softwaru, a dokonce i jmenování přispěvatelů (skupin nebo nejaktivnějších jednotlivců s obzvláště rozsáhlým úsilím) – s výjimkou případu, kdy si přejí zůstat v anonymitě.
- Na své webové stránce a ve všech dalších materiálech, které můžete na základě svých zjištění vytvořit, jasně uveďte, zda a do jaké míry jste byli schopni údaje získané z crowdsourcingu **ověřit**.

Související zdroje: Články a příručky ze série Odhalte neviditelné

- „[Někdy je potřeba dav...: Typy a příklady využití crowdsourcingu ke sběru informací](#)“, článek doplněný také o [videozáznam z přednášky](#) na konferenci Odhalte neviditelné a [videoprezentaci případové studie](#).)
- „[Bezpečnost na prvním místě!](#)“, příručka ze sady Odhalte neviditelné.
- „[Hodnocení rizik je způsob myšlení, ne kontrolní seznam](#)“, článek doprovázený i [videozáznamem z přednášky](#) na konferenci Odhalte neviditelné.