

## Workshopy „Odhalte neviditelné“

### Crowdsourcing informací pro investigativu

#### Crowdsourcing – List s tipy pro školitele

#### Definice

- **Crowdsourcing** je postup získávání informací nebo vstupů do úlohy nebo projektu prostřednictvím využití služeb velkého počtu lidí, ať už placených nebo neplacených, obvykle prostřednictvím internetu (zdroj: [https://www.lexico.com/definition/crowdsourcing.](https://www.lexico.com/definition/crowdsourcing))
- Crowdsourcing stále častěji využívají novináři a aktivisté k provádění investigativy, shromažďování informací o krizích, zlepšení odpovědnosti a dokumentování porušování lidských práv.

#### Klíčové kroky a tipy

Níže uvádíme seznam klíčových prvků a tipů, které musí aktivisté a organizace zvážit při zapojení se do crowdsourcingu.

##### 1. Definujte účel

- Chcete například vyprávět příběh, zvýšit povědomí o nějakém problému, sesbírat údaje, které pomohou jiným aktivistům nebo organizacím v jejich práci, zapojit občany do důležitého procesu nebo události nebo uskutečnit investigativu?
- Účel bude definovat další prvky crowdsourcingu.

##### 2. Zvažte etické a bezpečnostní aspekty

- Před zapojením se do crowdsourcingu můžete zvážit tyto aspekty:
  - přesnost informací, které jste schopni shromáždit,
  - soukromí a bezpečnost přispěvatelů,
  - vlastnictví shromážděných údajů,
  - přístupnost vašeho úsilí.
- V závislosti na kontextu by některé z těchto aspektů mohly mít i právní důsledky, takže před spuštěním projektu crowdsourcingu by bylo vhodné vyhledat právní radu.

##### 3. Definujte publikum, formát a dobu trvání

- A) **Kdo jsou vaši hlavní přispěvatelé?**
  - Žádost o konkrétní příspěvky od vyškolených aktivistů může vypadat jinak než snaha o zapojení běžných uživatelů sociálních médií.

- Možná budete chtít zvážit také demografické charakteristiky, jako je věk, pohlaví nebo geografická poloha přispěvatelů.
- Zvažte, zda k vytvoření úplného obrazu potřebujete data z různých podskupin populace.
- **B) Co byste chtěli udělat se shromážděnými důkazy?**
  - Chcete například otevřeně sdílet nezpracovaná data nebo napsat a šířit zprávu založenou na vašich zjištěních?
  - Je rozhodující, aby byla zjištění okamžitě zveřejněna?
  - To může definovat formát dat, který chcete shromažďovat.
- **C) Kolik času potřebujete?**
  - Trvání crowdsourcingu závisí na tom, zda jej chcete organizovat kolem konkrétní události nebo procesu.

#### 4. Určete nejlepší metodu

- V **otevřené výzvě** je veřejnost vyzvána, aby se obrátila na organizátory s informacemi prostřednictvím různých kanálů (e-mail, telefon, SMS, online průzkumy atd.) a přispěla zpětnou vazbou, hlasy, tipy, fotografiemi nebo jakýmkoli jiným materiálem, který chce předložit. Tento formát se obvykle řídí formátem otevřeného sběru dat.
- Při **specifické výzvě** se organizátoři 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.
- Někdy je zapotřebí **kombinace** různých metod, zejména v případě rozsáhlých projektů spolupráce nebo v případech, kdy je třeba porovnat důkazy ve více proudech údajů.

#### 5. Efektivně zapojte cílovou skupinu (cílové skupiny)

- Úspěšné **zapojení členů komunity**, kteří chtějí přispět daty, je polovina úspěchu vašeho crowdsourcingového úsilí. Je mnohem pravděpodobnější, že zareagují a pomohou, pokud se cítí motivovaní a jsou osloveni relevantními informacemi.
- Při uvažování o zapojení komunity zvažte sociální a politické podmínky, ve kterých působíte, včetně rizik, kterým mohou vaši přispěvatelé čelit.
- Promyslete si, jak můžete členy komunity zaujmout a nadchnout pro účast na vašem crowdsourcingu.
- Někdy to může znamenat, že crowdsourcingu by měla předcházet určitá **práce na zvyšování povědomí a budování důvěry** a kampaně.

#### 6. Určete správné nástroje

- Je snadné cítit se ohromen nebo se příliš nadchnout pro používání konkrétního technického nástroje pro crowdsourcing.
- Je důležité vybrat správný **nástroj**, který bude v souladu s **cíly a potřebami** vašeho crowdsourcingového úsilí, aniž byste se snažili přizpůsobit crowdsourcingovou aktivitu tomuto nástroji.

- Při výběru zvažte:
  - A) **technické prostředí** (high- versus low tech) včetně technických návyků cílové skupiny (cílových skupin).
  - B) potřeby zachování **bezpečí** a **soukromí** vašich přispěvatelů.
  - C) **náklady, čas** a technické **dovednosti** potřebné k nastavení konkrétních nástrojů.

## 7. Nastavte proces ověřování dat

- Ověřování údajů získaných z crowdsourcingu je mimořádně důležité.
- V závislosti na typu a formátu údajů, které chcete shromažďovat, si důkladně promyslete, jaký rozsah ověřování budete potřebovat a jste schopni provést.
  - A) Před vypracováním procesu ověřování si určité **jaký rozsah ověřování** považujete za „dostatečný“ pro zveřejnění údajů.
  - B) **Někdy nelze data ověřit, ale lze je „prověřit“**. To znamená, že i když může být obtížné potvrdit jejich pravdivost, pokud je nedokážete vyvrátit, údaje mohou být stále hodné použití.
  - C) Pokud údaje nemůžete ověřit, ale přesto je chcete zveřejnit (tj. prověřili jste je), **uvedte jasné prohlášení o odmítnutí odpovědnosti** označující vaše údaje jako „neověřené“.

## 8. Analyzujte data a prezentujte shromážděné důkazy

- Promyslete si, jak budete **analyzovat** a **prezentovat svá zjištění**.
- Je důležité prezentovat údaje získané z crowdsourcingu **čestným a pravdivým způsobem**:
  - A) Při zveřejňování zjištění popište metody sběru údajů i způsob, jakým jste dospěli k závěrům.
  - B) Na své webové stránce a ve všech dalších materiálech jasně uveďte, zda a do jaké míry jste byli schopni ověřit údaje získané z crowdsourcingu.
  - C) Nezapomínejte na udělení zásluh tam, kde je to nutné.
  - D) Zjištění musí být prezentována zajímavým a poutavým způsobem. Jedním ze způsobů, jak to udělat, je přemýšlet o „příběhu“, který se snažíte vyprávět pomocí svých dat.

## Doporučené zdroje

pro další čtení při přípravě workshopu

*POZNÁMKA: tyto zdroje se mohou na závěr sdílet i s účastníky workshopu.*

Příručky:

- „[Průvodce Crowdsourcingem](#)“, autoři: Mimi Onuoha, Jeanne Pinder a Jan Schaffer, 20. listopadu 2015, The Tow Center for Digital Journalism (průvodce archivovaný pomocí služby Wayback Machine [zde](#)).
- [Listening Post Collective](#), projekt organizace Internews, který nabízí zdroje, nástroje, vzájemnou podporu a společný vzdělávací prostor pro novináře, vedoucí redakcí a komunitní skupiny, které chtějí oživit své místní zpravodajské a informační ekosystémy prostřednictvím zapojení komunity. Poskytuje také [Návod](#)/příručku s konkrétními kroky a tipy, jak se spojit s komunitami (archivované pomocí služby Wayback Machine [zde](#)).

## Články:

- „[Crowdsourcing v investigativním žurnalismu](#)“, autor: Nils Mulvad, 4. dubna 2011, Global Investigative Journalism Network (GIJN).
- „[Jako žurnalisté používají crowdsourcing: Případové studie od ProPublica pro The Guardian](#)“, Toby McIntosh, 27. listopadu 2017, GIJN.
- „[5 způsobů, jak snadno, legálně a kvalitně získávat zdroje z crowdsourcingu](#)“, Jeremy Caplan, 9. května 2010, Poynter.org
- „[Měli byste svůj další projekt financovat přes crowdsourcing? Prohlédněte si kontrolní seznam od organizace ProPublica](#)“, autor: Jess Ramirez, 25. června 2019, GIJN.

## Případy a projekty vytvořené pomocí crowdsourcingu:

- „[Reportérka zveřejnila účty za pohotovost a nyní ji lékaři poslouchají](#)“, Christine Schmidt, 2. září 2019, pro GIJN.
- „[Příběh ze zákulisí: Jako největší crowdsourcované vyšetřování ABC odhalilo selhání v péči o staré lidi](#)“, autoři Jo Puccini, Flip Prior a Fanou Filali pro ABC Investigations, 27. dubna 2018/25. září 2018, pro ABC News Australia.
- „[Podplácení v Indii: stránka pro whistleblowery](#)“, Mukti Jain Campion, 6. června 2011, pro BBC.
- „[CrowdNewsroom: Využívání komunit pro shromažďování neveřejných údajů](#)“, Joseph Lichterman, 13. května 2019, pro GIJN.
- „[Jako krizové mapování zachránilo životy na Haiti](#)“, Patrick Meier, 2. července 2012, pro National Geographic.
- „[Mapování stanic pro mytí rukou v Indonésii s cílem zabránit šíření onemocnění COVID](#)“, autor: Cecilia Hinga, 9. dubna 2021, pro Ushahidi.
- „[Sledování mocných: Poderopedia rozšiřuje své know-how za hranice](#)“, Miguel Paz, 16. května 2014, pro GIJN.
- „[Monitorování a ověřování během ukrajinských parlamentních voleb](#)“, autor: Anahi Ayala Iacucci, *Příručka ověřování 1: Definitivní průvodce ověřováním digitálního obsahu pro nouzové pokrytí: <https://verificationhandbook.com/>*, pro Evropské novinářské centrum.
- „[Stín pochybnosti: Ověření času fotografie vypuštění rakety, která sestřelila let MH17 pomocí crowdsourcingu](#)“, od Arica Tolera, 7. srpna 2015, pro Bellingcat.

- „[MONITOR NÁLETŮ: Jako bombardování pod vedením USA zničilo Rakku](#)“, Sýrie, duben 2019, Amnesty International.
- „[Využití průzkumu přes mobilní telefon k investigativu konfliktu v Jižním Súdánu](#)“, Carolyn Thompson, 11. května 2020, pro GIJN (i ve [francouzštině](#)).
- „[Wem gehört Hamburg?](#)“ („Komu patří Hamburk?“), 23. listopadu 2018, CORRECTIV (dostupné v němčině) – crowdsourcovaný projekt o vlastnictví nemovitostí v Hamburku, Německo (projekt se rozšířil i do dalších měst).

### Platformy a nástroje používané pro crowdsourcing dat:

- [CrowdNewsroom](#) – crowdsourcingová zpravodajská platforma vyvinutá německým investigativním zpravodajstvím CORRECTIV.
- [Fixmystreet.org](#) – open source platforma FixMyStreet umožňuje snadno spustit webovou stránku, která pomáhá lidem nahlašovat problémy na ulicích, jako jsou výmoly a nefunkční pouliční osvětlení. Zprávy o problémech se pak zasílají orgánům zodpovědným za opravu.
- [FrontlineSMS](#) – levný software, který používají různé organizace pro distribuci a sběr informací prostřednictvím textových zpráv.
- [Poderopedia](#) (obsah ve španělštině) – platforma pro datovou žurnalistiku, která pomáhá pochopit vztahy mezi lidmi, společnostmi a organizacemi v Latinské Americe. Do platformy se zapojují i občané, kteří chtějí přispět informacemi.
- [Securedrop.org](#) – open source systém pro podávání informací o oznamovatelích, který si mohou nainstalovat mediální organizace a nevládní organizace pro bezpečné přijímání dokumentů z anonymních zdrojů.
- [Ushahidi.com](#) – softwarová aplikace s otevřeným zdrojovým kódem a nezisková technologická společnost se zaměstnanci v devíti zemích, jejímž posláním je pomáhat lidem na okraji společnosti zvýšit jejich hlas a těm, kteří jim slouží, lépe je poslouchat a reagovat na ně.

### Organizace, které jsou známé prací s údaji získanými přes crowdsourcing:

- [Amnesty International](#) – mezinárodní nevládní organizace pro lidská práva se sídlem ve Spojeném království, která provozuje platformu „[Amnesty Decoders](#)“ využívanou globální sítí digitálních dobrovolníků, kteří pomáhají při výzkumu a odhalování porušování lidských práv.
- [Bellingcat](#) – organizace zaměřená na online občanskou investigativu, která často využívá crowdsourcing na sociálních sítích ke shromažďování informací, dokumentování a ověřování událostí v rámci svých příběhů a zpráv.
- [CORRECTIV](#) – investigativní zpravodajství v Německu.
- [ProPublica](#) – nezávislá americká nezisková redakce, která produkuje investigativní žurnalistiku.
- [The Guardian](#) – britská zpravodajská a mediální webová stránka patřící skupině Guardian Media Group.