

OSINT-Portalen

OSINT – gjort enkelt

Af William Sass (63088) og Oscar Wils Raagevang (65765)



Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse	1
Produkt	2
Produktionsplan	3
Logbog	8
Rapport	15
Introduktion	15
Problemfelt	16
Innovationsteori, konkurrencesituation og forretningsmodel	17
Metode, produktudvikling og -feedback	19
Konklusion	25
Litteraturliste	26

Produkt

Vores produkt er en hjemmeside. Hjemmesiden kan tilgås via nedenstående link:

<https://osintportalen.wixsite.com/forside>

Hjemmesiden indeholder følgende produktioner og undersider:

- **Forside:** En forside, eller landingpage, der holder en illustration samt en introduktion af hjemmesidens indhold og formål.
- **Værktøjer:** En oversigt samt præsentation af i alt 49 udvalgte OSINT-værktøjer, præsenteret med logo, en kort og konkret beskrivelse samt et link til hvert enkelt værktøj.
- **Inspiration:** En oversigt samt to små artikler, hvor det i jeg-fortæller skridt for skridt beskrives, hvordan en konkret artikel udviklede sig fra idé til research til udgivelse ved hjælp af flere af værktøjerne på hjemmesiden.
- **Øvelser:** En oversigt over tre øvelser, hvor man trænes i at bruge værktøjerne inden for henholdsvis informationssøgning, datalek og sociale medier, samt dertilhørende løsninger, hvor vi illustrerer, hvordan vi selv har løst opgaven.
- **Kontakt-knap:** Bunden af siden indeholder derudover en kontakt-knap, hvor vi opfordrer brugere af siden til at sende os ris og ros samt forslag til nye værktøjer.

Produktionsplan

En overskuelig OSINT-læringsplatform

Problem:

Mange undersøgende journalister er dygtige til at bruge OSINT-redskaber (*open source intelligence*) som led i deres research, hvad end historien handler om krig, finans eller sociale medier. Desværre har vi alle et indtryk af, at vidensdeling i forhold til konkrete redskaber og researchmetoder i praksis kun foregår i yderst begrænset omfang og i afgrænsede siloer, hvor få journalister eller redaktioner sidder inde med specialiseret viden, som ikke bliver delt bredt - på trods af at den type viden ellers ville være gavnlig for langt de fleste journalister.

Den praksis sætter en barriere op for nye journalister, da undersøgende journalistik hurtigt kan virke uoverkommelig og uden for ens færdigheder, men den er også medvirkende til at afholde allerede etablerede journalister fra at undersøge potentielle historier, da man ikke ved, hvilke digitale redskaber eller tekniske værktøjer man skal ty til. Samtidig går den eksisterende praksis åndsmæssigt imod hele pointen med open source-journalistik - nemlig at det er frit tilgængeligt på internettet, og at alle selv kan tilgå og efterprøve informationerne.

Da vi selv begyndte på kandidatdelen af journalistuddannelsen på RUC og kurset

“Undersøgende journalistik”, bemærkede vi samtidig, at OSINT-redskaber var fraværende.

Når det f.eks. kom til at få en indføring i at anmode om aktindsigt, en undersøgende praksis der har eksisteret i årtier, var det nemt at søge undervisningsmateriale, ligesom etablerede journalister også fortalte om den praksis, men den digitale del af journalistikken var stort set fraværende, ligesom der manglede et overblik over, hvilke muligheder, man som journalist havde.

Underviserne forsøgte dengang at tackle problemet ved at invitere enkelte undersøgende journalister, som delte ud af de digitale værktøjer, de selv brugte til at researche. Det var gavnligt, men understregede samtidig problematikken yderligere: Der mangler platforme eller undervisningsportaler, som kan give en indføring ind i den digitale del af undersøgende journalistik og lade uerfarne såvel som erfarne journalister få gavn af den kæmpe videnskabelige kapacitet, der eksisterer inden for OSINT-journalistik.

Produkt og pitch:

Vi vil lave et redskab, som journalister kan benytte sig af, når de skal orientere sig i OSINT forud for løbende under en undersøgende journalistisk produktion:

Derfor laver vi en hjemmeside, der vil indeholde følgende produktioner:

- En kort og pædagogisk indføring i, hvad OSINT er, og hvordan man kan bruge avanceret søgning til at få så mange informationer frem via søgemaskiner som muligt.
- En OSINT-database, der visualiserer, hvilke redskaber, man kan bruge for at lave forskellige undersøgende produktioner. Det kan være, at man skal finde så meget information frem på en specifik person som muligt, at man skal undersøge en virksomhed, eller at man skal faktatjekke en påstand. Det kan være, at man skal benytte sig af geolokation eller undersøge forskellige transportmidler, våben eller lignende eller cirkulationen af et bestemt opslag på Facebook. Det hele skal man let og overskueligt kunne finde information om, hvordan man kan undersøge på vores hjemmeside.
- Tre interviews med tre undersøgende journalister, der har benyttet sig af OSINT-redskaber, og som gennemgår en produktion trin-for-trin, så man som nybegynder ville kunne bruge nogle af de samme metoder, og så man får inspiration til lignende produktioner.
- Til sidst laver vi et par øvelser, som man som journalist kan give sig i kast med for at lære nogle af databaserne og metoderne at kende.

Oversigt: Hvad skal hjemmesiden indeholde:

- Hvad er OSINT - og hvorfor skal man som journalist bruge det?
- Database: En visuel gennemgang af forskellige databaser og metoder man bruge til forskellige former for undersøgende journalistik
- Aktuelle eksempler på journalistisk brug af OSINT. Tre interview med journalister, der konkret fortæller, hvordan de bruger OSINT.
- OSINT-øvelser.

Målgruppe: Journalister på diverse redaktioner i Danmark, der ikke er OSINT-eksperter og ønsker at lære forskellige databaser og redskaber at kende. Det er journalister, der af og til skal have mulighed for at lave undersøgende produktioner eller af og til beskæftige sig med

faktatjek-artikler.

For at undersøge, om redskabet er relevant for danske journalister, laver vi nogle interviews med journalister på flere redaktioner. Vi spørger dem, om de kunne tænke sig adgang til et redskab, som det vi laver.

Derudover kan hjemmesiden også blive relevant for journaliststuderende, der i forbindelse med studiet kan have tid til at lave undersøgende journalistik. De har netop mulighed for at lære redskaberne at kende, inden de bliver opslugt af en hverdag, hvor de skal lave dag-til-dag-nyheder. Vi tror, det er noget, som studerende mangler generelt - det var i hvert fald noget, vi gerne ville have lært mere om.

Vi havde selv faget Undersøgende Journalistik på første semester af kandidaten. Det var et udmærket kursus, men fokus var i høj grad på den fortællende del af den undersøgende journalistik; metoder til at komme helt tæt på kilder, til at skabe en god, dyb fortælling og den slags. Der var ikke indhold på kurset ift. OSINT-journalistik eller mere datadrevet journalistik.

Vi tænker også, at praktiserende journalister i branchen, som ønsker at have OSINT som en del af deres journalistiske værktøjskasse, skal kunne bruge vores materiale.

Det findes der i forvejen: Det meste journalistik, der produceres i dag, er afhængig af åbne kilder: Information, man kan finde frit tilgængeligt på nettet. Hvilke informationer, man er i stand til at finde, er afhængigt af, hvordan man søger, og hvilke databaser man kender til og benytter sig af.

Der findes flere handbooks, guides og introduktioner til OSINT-journalistik på engelsk. Et par af dem, vi har fundet i vores indledende research, er:

- [Her er 135 værktøjer til at lave avanceret faktatjek på nettet | TjekDet](#)
- [Digital Journalism | OSINT Essentials](#)
- [A Guide to Open Source Intelligence \(OSINT\) - Columbia Journalism Review \(cjr.org\)](#)
- [Open Source Investigation Handbook.pdf \(aljazeera.net\)](#)
- [An OSINT guide for military research – Center for Undersøgende Journalistik \(ruc.dk\)](#)
- https://i-intelligence.eu/uploads/public-documents/OSINT_Handbook_2020.pdf

En række danske journalister har excelleret i at lave flere store og grundige journalistiske

produktioner med udgangspunkt i OSINT-metoder.

De følgende tre journalister/medier vil vi tage fat i og lave interviews med for at eksemplificere, hvordan man som journalist kan bruge OSINT-metoder, og hvad det konkret kan munde ud i. Det skal desuden fungere som et pædagogisk formidlingsredskab. På hjemmesiden vil det fremgå som tre interviews, hvor journalisterne fører læseren igennem deres produktion og researchmetoder.

- Bo Elkjær, Sebastian Gjerding eller Lasse Skou Andersen fra Dagbladet Information: Sammen har de blandt andet beskrevet, hvem de russiske diplomater er, som er ansat på den russiske ambassade i Danmark, ved hjælp af OSINT. Senest [beskrev Information](#) den nyansatte russiske militærattache Vladimir Grekovs fortid i den militære efterretningstjeneste GRU, der fik eksperter til at kalde den russiske diplomat som “en trussel mod den nationale sikkerhed”.
- Tjekdet.dk bruger OSINT-redskaber til at faktatjekke informationer og påstande, der florerer i den offentlige debat. For nylig lavede mediet [et jobopslag](#), hvor det efterlyste en “OSINT-specialist” til at styrke mediets journalistik og faktatjek af forskellige informationer mere effektivt. Vi vil tale med den specialist om, hvordan OSINT kan bruges til faktatjek - gerne med udgangspunkt i en konkret artikel.
- Frederik Kulager skriver om internettet for Zetland, hvor han blandt andet har [kortlagt](#), hvordan russisk misinformation spredt sig i Danmark.

Der findes også litteratur på området. På dansk findes lærebogen *Den undersøgende journalistiks metoder*, hvor Jannie Møller Hartley, Louise Dalsgaard og Daniel Oxholm Sørensen har skrevet et relativt kort kapitel om brugen af OSINT som journalistisk metode. Så vidt vi ved, er det den eneste introduktion til OSINT på dansk for journalister. Kapitlet er en ret overordnet forklaring af, hvad OSINT er for en størrelse og hvad det kan bruges til. Der er også eksempler på brug af OSINT i nyere dansk journalistik.

Kapitlet indeholder også tips i forhold til at bruge konkrete værktøjer. For eksempel en tekst om avanceret brug af søgemaskiner. Men her synes vi også, der er brug for en mere innovativ måde at formidle stoffet på. Det er meget lidt overskueligt sat op, og det er besværligt at vende tilbage til teksten, når man rent faktisk står og skal bruge et avanceret søgeredskab.

Det er ikke svært at forestille sig, at det nævnte kapitel vil være forældet i løbet af relativt få år. De eksempler på research-programmer, der nævnes, findes og fungerer ikke nødvendigvis for evigt. Derfor tænker vi også, at vores innovation løbende skal kunne opdateres - for eksempel i form af en

hjemmeside - så den altid er up-to-date, når metoderne og værktøjerne inden for OSINT udvikler sig.

Vi synes, kapitlet bærer præg af, at OSINT er et bredt og komplekst område - og tilgangen i kapitlet er akademisk, overordnet og teoretisk. Vi mangler, at det i stedet er konkret og brugbart. Kapitlet rundes af med anbefalingen; "Lær dig selv avancerede søgninger", som jo meget godt illustrerer, at man altså ikke lærer det her.

Derfor så synes vi, at der mangler en mere konkret, brugbar og værktøjsorienteret tilgang til OSINT - og det er altså det, vi ønsker at lave.

Plan for vores projekt:

- Fra 1. september og frem: Indledende research - hvilke databaser findes der osv.
- 16. september: Revideret produktionsplan afleveret.
- Fra midten af september: Tage kontakt til de tre journalister, vi vil interviewe, produktudvikling og lave vores projekt. Vi afdækker desuden, om der er et behov i branchen ved at tale med flere journalister om vores idé.
- 23/10: Midtvejsseminar
- Midten af november: Få feedback på vores hjemmeside fra journalister. Derefter retter vi til.
- 3/1: Aflevering af rapport og produktion
- 15/1: Innovationsmesse
- 17-19/1: Mundtlig eksamen

Logbog

Torsdag den 31. august:

Sidste dag med undervisning, som slutter med idéudvikling og gruppedannelse. William får ideen til en lærings- eller videndelingsplatform for OSINT-journalistik (open source-intelligence), men der er for mange interesserede til at vi kan indgå i én gruppe. Derfor deler vi os i to – og vi, William, Oscar og Max, ender med at blive til én gruppe, mens en anden gruppe også dannes, som ligeledes laver en OSINT-plattform.

Mandag den 4. september:

Vi holder første møde i gruppen og aftaler fremover at mødes mandage efter undervisning så vidt muligt. Samtidig ideudvikler vi på den indledende idé – vores tvivl og diskussioner går i gruppen særligt på, om vi i højere grad skal målrette selve produktet til studerende såvel som journalister. I skrivende stund vil vi dels gerne lave en hjemmeside, som platformen kan leve på henvendt til journalister og studerende, men samtidig tænker vi, at det ville være oplagt at bruge platformen i undervisningssammenhæng, hvilket ville være udelukkende rettet mod studerende.

Mandag den 11. september:

Vi mødes og arbejder på produktionsplanen. I forlængelse af vores diskussion den 4. september, beslutter vi at målrette produktet studerende: Nu hedder et bogkapitel målrettet journaliststuderende med information om databaser, søgeredskaber og lignende og eventuelt en formidlende hjemmeside, der samler informationen, som andre interesserede kan benytte sig af.

Fredag den 15. september:

Vi mødes og færdiggør produktionsplanen, vi skal aflevere samme dag. Forinden har vi kontaktet de journalister, vi umiddelbart tænker at interviewe omkring vores innovation. Vi kontakter Camilla Kjøller fra Frihedsbrevet, Jens Holm fra Gravercentret, Jonas Nyeng fra Fyens Stiftstidende, Emil Bo Rask fra Berlingske og Kalle Thue Gregersen fra TjekDet. Alle sammen er de journalister, der enten er specialister eller jævnligt arbejder med undersøgende journalistik.

Mandag den 18. september:

Vi har første vejledermøde med Aske, som vi forinden har sendt vores produktionsplan. Han indikerer, at han synes, at vores grundidé er god og godt kan realiseres. Til gengæld er han mere skeptisk indstillet over for vores tanker om målgruppe. Han foreslår, at vi i højere grad fokuserer på journalister frem for studerende, og at vi også indsnævrer produktet. Det ender med, at vi bliver enige om at droppe bogkapitlet og i stedet fokusere på en hjemmeside, som primært er tiltænkt journalister, men også kan være til gavn for studerende.

Tirsdag den 19. september:

Max interviewer Kalle Thue Gregersen fra faktamediet TjekDet, som synes idéen om en dansk OSINT-videndelingsplatform grundlæggende er god. Samtidig er han dog i tvivl om, hvor meget en sådan platform ville blive brugt i praksis. Dels om folk ville besøge den mere end én gang, og dels om journalister på tabloidnyhedsmedier med større tidspres ville bruge den.

Fredag den 22. september:

Vi modtager en betinget godkendelse af produktionsplanen. Aske beder konkret om, at vi præciserer, at produktionen nu består af en hjemmeside og ikke et bogkapitel, og at vi præciserer, hvilke indholdselementer, vi tænker skal være en del af hjemmesiden. Senere samme dag interviewer William Emil Bo Rask, som er journalist på Berlingske. Han er positivt indstillet over for en dansk OSINT-platform, som han mener, der mangler. Han erklærer sig også enig i vores indledende hypotese om, at der er en mangel på videndeling blandt journalister. For ham er det afgørende, at værktøjerne virker i en dansk kontekst, og at der er klare beskrivelser af, hvad de kan.

Tirsdag den 26. september:

Vi mødes og justerer produktionsplanen. Nu er vores produkt i stedet centreret om en OSINT-database, der visualiserer, hvilke redskaber, man kan bruge for at lave forskellige undersøgende produktioner.

Torsdag den 28. september:

William afholder interview med Jonas Nyeng, journalist på Fyens Stiftstidende. Han giver udtryk for, at han synes platformen er en god idé, og at det er noget, han kunne finde på at bruge – særligt da han ikke har kollegaer, han kan henvende sig til, som har viden om OSINT. For ham ville overskuelighed

være den vigtigste faktor, der afgjorde, om han brugte platformen eller ej, da han tidligere var faret vild på sider som OSINT-framework og Journalist's Toolbox. Samtidig ville værktøjerne skulle være tilpasset en dansk kontekst, siger han.

Mandag den 2. oktober:

Vi holder møde hos William og aftaler de næste skridt for projektet. Vi bliver enige om at påbegynde processen med at udvælge de værktøjer, som hjemmesiden skal rumme. Vi aftaler at vælge et afgrænset område hver – for eksempel 'sociale medier' – og derefter undersøge, hvilke værktøjer der findes. Derefter udvælger vi mellem tre og fem værktøjer, som vi så skriver beskrivelser til og præsenterer for hinanden ugen efter.

Søndag den 8. oktober:

På grund af sygdom hos to ud af tre af os udskyder vi vores møde til torsdag.

Torsdag den 12. oktober:

Vi mødes hos Max og fremlægger de værktøjer, vi har valgt, for hinanden. Dernæst aftaler vi at gentage processen med nye kategorier. Vi begynder også at diskutere, hvordan hjemmesiden konkret skal opbygges og se ud rent visuelt og undersøger forskellige muligheder for platforme, der tillader én at bygge en hjemmeside. Vores indledende idé er at gå efter et stramtræslignende look, hvor man kan klikke på en kategori, som så åbner forskellige spor, man kan følge – i stil med www.OSINTframework.com.

Søndag den 15. oktober:

Max har fået tilbudt et vikariat på Klimamonitor og har derfor besluttet at melde sig ud af gruppen. Dermed er vi to tilbage i gruppen – Oscar og William – til at køre projektet i mål.

Torsdag den 19. oktober:

Vi mødes og fremlægger de værktøjer, vi har fundet frem til, for hinanden. Dernæst forbereder vi os til midtvejsseminaret, som er om fire dage. Vi laver en Powerpoint og samler op på, hvor vi er nået til i projektet.

Mandag den 23. oktober:

Vi er til midtvejsevaluering på RUC og fremlægger projektet, som det ser ud i øjeblikket. Vi fortæller, at vi fortsat mangler at udarbejde den kuraterede liste over værktøjer, at designe hjemmesideprototypen, at interviewe de journalister, som skal fungere som inspiration til at bruge værktøjerne, og så i højere grad at få processen koblet op på kursuslitteratur og gjort det til et akademisk projekt. Af udfordringer nævner vi teknik, altså at få lavet selve hjemmesiden, at udvælge de enkelte værktøjer og så at finde frem til, hvordan vi skal teste vores produkt, når vi endnu ikke har noget færdigt at vise.

Fredag den 27. oktober:

Vi holder vejledningsmøde med Aske, som i høj grad tager udgangspunkt i vores fremlæggelse til midtvejsevalueringen. Han giver udtryk for, at vi er fint med, og at såfremt vi er, hvor vi gav udtryk for, at vi var til fremlæggelsen, så bør vi fint kunne nå at komme i mål med projektet. Han giver samtidig udtryk for, at det ville være at foretrække, hvis vi kunne have et produkt, vi kan vise frem til messen i januar, frem for at medbringe en skitse.

Mandag den 30. oktober:

Vi arbejder fortsat videre med udvælgelsen af værktøjer, og taler om de næste skridt for projektet. Vi er gået i gang med at opbygge skelettet til hjemmesiden via platformen Wix, men arbejdet har vist sig sværere og mere tidskrævende end først antaget, hvilket har betydet, at vi ikke er nået så langt med de andre elementer, der indgår i produktionsplanen, som vi gerne ville. Vi bliver derfor enige om at forsøge at få afsluttet arbejdet med hjemmesiden hurtigst muligt, så vi i højere grad kan koncentrere os om de andre elementer.

Fredag den 3. november:

Vores eksamen i et af de andre fag dette semester, Videnskabelige metoder, begynder. Eksamenen er en skriftlig ugeeksamen, og derfor er vi beskæftiget med den indtil den 10. november.

Mandag den 13. og tirsdag den 14. november:

Vi mødes og lægger en slagplan for, hvad vi skal have lavet for at komme i mål med projektet. Vi bliver enige om at forsøge at få skelettet til hjemmesiden på plads denne uge, så vi i næste uge kan koncentrere os om at få 'udfyldt' siden med reelt indhold. Ud over hjemmesiden diskuterer vi, hvilke journalister, vi skal kontakte med henblik på at lade dem indgå som inspiration. Vi bliver enige om Frederik Hugo Ledegaard, som for nyligt vandt Cavling-prisen og holdt oplæg på RUC, da vi gik på Bacheloruddannelsen om de værktøjer, han selv brugte, og Frederik Kulager fra Zetland, der jævnligt laver fortællende, undersøgende journalistik om internettet på Zetland, som vi efterfølgende kontakter.

Mandag den 20. november:

Skelettet til hjemmesiden er nu færdigt, og siden består af en forside eller landing page, en side med alle værktøjer, en inspirationsunderside og endeligt en underside med øvelser, man kan lave for at få en indføring i værktøjerne. Vi går i gang med at få lagt værktøjer på, og diskuterer, hvordan vi skal udforme øvelserne. Vi bliver enige om tre øvelser, der centrerer sig om at finde frem til kontaktinfo, at søge blandt datalæk og at søge information frem på sociale medier, som vi går i gang med at udarbejde i en step-by-step-model.

Mandag den 27. november:

Vi mødes og fortsætter arbejdet med at få hjemmesiden endeligt på plads. Samtidig diskuterer vi, hvordan vi konkret skal gøre med feedback-delen til produktet. Vi diskuterer blandt andet, om vi burde lave et fokusgruppeinterview, men da vi tænker, det bliver for udfordrende at få til at gå op rent logistisk, bliver vi i stedet i første omgang enige om at udarbejde en kvantitativ spørgeundersøgelse, som vi kan sende til journaliststuderende på faget 'Undersøgende Produktioner' på RUC, en løsning vi i begyndelsen af projektet havde diskuteret. Hvordan vi konkret skal udarbejde spørgeskemaet, lægger vi os dog ikke fast på. Vi påbegynder derudover arbejdet på den akademiske rapport.

Onsdag den 29. og torsdag den 30. november:

Vi mødes og arbejder videre med den akademiske rapport og hjemmesiden, som fortsat mangler at få øvelserne lagt endeligt på og derudover også skal optimeres til mobil og smartphone, hvilket er et omfattende og tidskrævende arbejde.

Mandag den 4., tirsdag den 5. og onsdag den 6. december:

Omsider får vi i store træk færdiggjort arbejdet med hjemmesiden, som nu rummer i alt 49 OSINT-værktøjer med tilhørende beskrivelser. Også øvelsesdelen får vi færdiggjort, så det eneste, der mangler, nu er inspirationsdelen. Vi diskuterer, hvad vi skal gøre, hvis ikke Frederik Kulager og Frederik Hugo Ledegaard ønsker at medvirke, og taler om de to undersøgende journalister Bo Elkjær og Lasse Skou Andersen fra Information som mulige backup-løsninger.

Fredag den 8. december:

Eksamen i vores sidste resterende fag dette semester, Journalistik i krig og krise, begynder. Eksamenen er en skriftlig eksamen, som løber to uger frem til den 22. december, og selv om vi havde håbet at kunne fortsætte vores arbejde med journalistisk innovation sideløbende, er eksamenen mere udfordrende og tidskrævende for os, end vi havde håbet på. Derfor ender den med at optage langt størstedelen af vores tid.

Tirsdag den 12. december:

Vi er nødt til at få en aftale i hus omkring produktfeedback inden jul, vurderer vi, og derfor diskuterer vi igen feedbackformen, vi vil gøre brug af. Vi bliver enige om at droppe det kvantitative spørgeskema og i stedet holde os til kvalitative interviews, som vi oprindeligt havde planlagt. Det er for risikabelt at sende et spørgeskema ud op til jul, er vores vurdering. Derfor kontakter vi i stedet indlandsredaktionen på Dagbladet Information, avisen hvor William var i praktik, med henblik på at interviewe redaktionens journalister for at få feedback på vores produkt. Det vil dog ikke kunne lade sig gøre inden jul, får vi at vide. Vi rykker igen for svar fra Frederik Hugo Ledegaard og Frederik Kulager, som vi henvendte os til i forbindelse med inspirationsdelen.

Tirsdag den 26. december:

Vi mødes online og danner os et overblik over, hvad der mangler. Særligt feedbackdelen er mest kritisk at få på plads, inden vi afleverer, og William kontakter derfor igen indlandsredaktionen på Information for at få en endelig aftale i hus. Det lykkedes at lave tre interviewaftaler den 27. og 28. december med journalister derfra, men et decideret fokusgruppeinterview kan ikke lade sig gøre. Præmissen for interviewet er, at vi sender dem den færdige hjemmeside, som de derefter skal bruge cirka 30 minutter på. Derefter laver vi et kvalitativt interview på mellem 15 og 20 minutter om deres oplevelser. Vi rykker også de to journalister, vi havde håbet at bruge til inspiration, en sidste gang.

Onsdag den 27. og torsdag den 28. december:

William afholder interviews med journalister fra Informations indlandsafdeling, som vi på forhånd har bedt om at teste hjemmesiden. Alle tre kommer med overvejende positiv feedback, men har samtidig enkelte forslag til forbedring: Én ønsker mere konkrete beskrivelser med eksempler på projekter, værktøjet har været brugt i, en så gerne mere 'nørdede' værktøjer inkluderet, og én så gerne, at det visuelle udtryk på hjemmesiden blev prioriteret i højere grad. Vi ville gerne have haft flere interviews, men til gengæld vurderer vi, at dem vi har, er af høj kvalitet.

Fredag den 29. og lørdag den 30. december:

Da det ikke er lykkedes at få svar fra nogle af de journalister, vi havde forestillet os at bruge, beslutter vi omsider at sadle om og bruge os selv og vores egne historier, der også inkorporerer værktøjerne på siden, til inspirationsundersiden på hjemmesiden. Det er ikke ideelt, og set i bakspejlet skulle vi langt tidligere bare have valgt nogle andre journalister og kontaktet dem, men formen og funktionen er fortsat den samme som i den oprindelige idé.

Tirsdag den 2. januar:

Vi lægger sidste hånd på vores akademiske rapport, skriver logbogen igennem og gennemgår den færdiggjorte hjemmeside en sidste gang, inden vi samler det i en portfolio og afleverer projektet.

Samlet oversigt over anvendte kilder:

- Kalle Thue Gregersen: Journalist på TjekDet. Telefon: 43 14 00 84 / 93 89 12 44. E-mail: ktg@tjekdet.dk
- Emil Bo Rask: Journalist på Berlingske. Telefon: 27 74 43 30. E-mail: ebra@berlingske.dk
- Jonas Nyeng. Journalist på Fyens Stiftstidende. Telefon: 65 45 52 94. E-mail: jany@fyens.dk
- Mikkel Kristensen. Journalistpraktikant på Dagbladet Information. Telefon: 20 93 13 87. E-mail: mikr@information.dk
- Marie Sæhl. Journalist på Dagbladet Information. Telefon: 29 86 22 93. E-mail: mars@information.dk
- Sebastian Gjerding. Journalist på Dagbladet Information. Telefon: 27 14 61 56. E-mail: segi@information.dk

Rapport

Introduktion

Det er efterhånden et velbeskrevet faktum, at den undersøgende journalistik nyder en særlig status blandt journalister. Ser man på de sidste mange års vindere af Cavling-prisen, er det netop den undersøgende journalistik, der dominerer, og som unge journalister på vej i praktik var det også den form for journalistik, vi drømte om selv at producere (Willig 2011: 202). At lave en afslørende historie, der kunne fælde magthavere eller belyse et miljø, de færreste kendte til. Alligevel havde vi i praktikken en oplevelse af, at decideret undersøgende journalistik – særligt af den slags, som kræver længere research og produktionstid – ikke var forbeholdt alle at producere. I stedet tilfaldt den opgave i høj grad ofte journalister eller redaktioner, der havde undersøgende journalistik eller graverjournalistik som særligt stofområde, og sådan var det som regel, medmindre man på egen hånd kunne producere og levere en historie.

Vi oplevede, at tendensen var selvforstærkende: Blandt journalister, der i forvejen beskæftiger sig med undersøgende journalistik, er man dagligt i berøring med specialiserede research-redskaber, også kaldet OSINT (open source intelligence)-værktøjer, som man muligvis også deler med sine redaktionskollegaer. Men som journalist på andre redaktioner, stifter man ikke bekendtskab med redskaberne, selv om de i princippet er frit tilgængelige for alle og i mange tilfælde kunne bruges i al mulig slags research og forskellige former for dag-til-dag-journalistik.

Udviklingen er for os et problem. Værdifuld viden går tabt, journalister går glip af vigtig innovation inden for kerneområder af deres fag, og nye journalister, der kunne være blevet glimrende undersøgende journalister, stifter muligvis aldrig bekendtskab med genren i praksis, fordi kendskabet til allerede eksisterende research-redskaber har en gatekeeper-lignende funktion, der ofte afholder dem fra at få chancen. Den situation vil vi gerne lave om på, og det var inspirationen bag projektet.

Vi vil gerne udbrede kendskabet til OSINT-journalistik og vise, at OSINT-værktøjer kan komme 'almindelige' journalister til gavn – og så vil vi gerne bidrage til en kulturændring, hvor ny viden i højere grad bliver noget, man deler ud af til fagfæller, og ikke noget, man gemmer på enkelte medier eller redaktioner, i Word-dokumenter eller bag betalte efteruddannelseskurser.

Problemfelt

OSINT eller Open Source Intelligence er en metode, hvor journalister, researchere og øvrige eksperter benytter offentligt tilgængelige kilder til at indsamle og analysere information. Det kan omfatte at søge i sociale medier, gennemgå offentlige registre, analysere hjemmesider og udnytte andre åbne informationskilder. For eksempel kan OSINT bruges til at analysere aktiviteten på et socialt medie for at forstå holdningsudbredelse, reaktioner og begivenheder i relation til en historie, eller med præcision bestemt hvor og hvornår et billede blev taget – og om billedet overhovedet er ægte. OSINT kan være alt fra avancerede værktøjer til dataovervågning og helt simple søgninger i offentlige virksomhedsregistre. Ved at integrere OSINT-metoder kan journalister forbedre deres research, verificere oplysninger og skabe mere nuancerede og præcise nyhedsartikler.

Det moderne, digitale menneske efterlader sig en enorm mængde digitale spor af online-information. Og det, koblet med en stadig mere global, kompleks og sammenhængende verden, gør, at OSINT vinder stadig stigende popularitet inden for journalistfaget. OSINT kan, hvis det bruges korrekt, også være et værn mod *fake-news* – og hjælpe til, når det ikke ved første øjekast er synligt, om et billede eller en video er skabt af et menneske eller af en AI.

Vores innovation skal hjælpe til med at udbrede forståelsen af og nysgerrigheden for OSINT. Gennem hjemmesiden OSINT-plattformen vil journalister få en basal forståelse for, hvad OSINT kan bruges til. De vil få et kurateret katalog over OSINT-værktøjer, som er lette at gå til. Og så vil de, gennem konkrete eksempler, blive inspireret til at implementere OSINT i det journalistiske arbejde. Men værktøjernes ofte lidt nørdede og utilgængelige præg gør, at der kan være en barriere i forhold til at komme i gang med at bruge det. Vi mener, at der mangler inspirerende og overskuelig formidling af OSINT-værktøjer, der målretter sig mod journalister.

Derfor har arbejdet ud fra følgende problemformulering;

Hvordan kan vi ved hjælp af et innovativt journalistisk produkt overskueliggøre og udbrede OSINT-journalistik til journalister?

Innovationsteori, konkurrencesituation og forretningsmodel

I innovationsteorien skelnes der mellem, om en innovation er *radikal* eller *inkrementel*. Hvor den radikale innovation søger at skabe helt nye produkter eller services, som potentielt kan omskabe en hel branche, så er den inkrementelle innovation ofte en, der finpudser og forbedre et allerede eksisterende produkt. Man kan ligeledes tale om, hvilken grad af *innovationshøjde* en innovation har, og de to begreber skal altså ikke forstås som låste størrelse, men en akse, hvor en given innovation placerer sig (Storsul og Krumvig 2013: 70).

Vores produkt placerer sig i den inkrementelle ende og har altså ikke en særlig høj innovationshøjde. Det er ikke hverken nyt eller banebrydende at ville formidle et felt på en ny og bedre måde. Innovationen søger at forbedre og nytænke de informationer og værktøjer, der allerede findes inden for OSINT, og er ikke særlig radikal på det punkt.

I sig selv er OSINT som værktøj og researchmetode dog højere oppe i innovationshøjde. Den kan være med til at skabe nye, meningsfulde samarbejder mellem journalisten og *the crowd* – den ikke-fagprofessionelle, som gennem OSINT-ekspertise kan bidrage til gravearbejdet i en journalistisk historie (Müller & Wiik 2023: 205). For eksempel beskriver et medlem af researchkollektivet Bellingcat, hvordan de arbejder med at indhente informationer gennem brug af open-source redskaber – men også, at de har brug for den klassiske journalist, hvis de tørre fakta skal udvikle sig til “*something more than that*” og rent faktisk blive til en samlet historie (Müller & Wiik 2023: 205). Vi mener, at vores innovation kan være med til at forbedre og styrke broen mellem eksperter og ‘almindelige’ journalister, der til dagligt ikke beskæftiger sig med OSINT. En bro der er vigtig for, at journalistikken kan udvikle sig og trives.

Forretningsmodel

De fleste beslutninger, der tages i medieorganisationer, tages – i større eller mindre grad – med et økonomisk mål for øje (Doyle 2013: 1). Det er vanskeligt ikke at forestille sig, at tendensen til at sætte journalistiske produkter ind i en markedstænkning, skulle være blevet mindre af, at mange medier befinder sig i en økonomisk vanskelig situation (Doyle 2013: 4). Det, der flere steder (Zetland 2023) betegnes som en regulær krise for medierne, handler blandt andet om, at den overordnede økonomiske situation påvirker mængden af annoncekroner (Journalisten 2023) og om, at befolkningens nyhedsforbrug er i forandring.

Flere fravælger bevidst at læse nyheder om enkelte emner, mens der generelt er en stigende *news avoidance* blandt især unge mennesker (Schröder, K, et al. 2023: 18). Selvom vi ikke konkurrerer med mediehusene om borgernes opmærksomhed, kan det alligevel være en god idé at tænke vores idé på de samme kommercielle vilkår. Især fordi vores målgruppes situation er tæt forbundet med mediernes situation.

Vores markedstækning er naturligvis præget af, at vi formidler OSINT; altså noget, der i sin essens bør være *open source* – åbent og tilgængeligt for alle. Derfor har vi også valgt, at vores produkt som udgangspunkt ikke skal koste noget for brugeren. I stedet har vi valgt – ligesom flere medier også gør – at tænke i nye, kreative måder at skabe et bæredygtigt indtægtsgrundlag for vores innovation. Vi ser det som en oplagt mulighed, at driften og udviklingen af vores hjemmeside skal finansieres gennem fonde. Det kan til dels lade sig gøre fordi omkostningerne er meget lave, og så er udgifterne heller ikke afhængige af, hvor mange brugere vi har – en server til hjemmesiden koster det samme uanset om der er 10 eller 1.000 besøgende om ugen. På den måde er der igen et sammenfald mellem vores innovation og medieteorien (Doyle 2013: 8). Og vigtigst: fordi formålet med vores innovation er oplysende og ikke kommercielt, forestiller vi os, at der vil være fonde, som giver penge til foretagendet. På den måde sikrer vi også, at vores innovation er mere resilient over for den generelle økonomiske usikkerhed som påvirker medierne – og dermed også de journalister, de har ansat, og som er en del af vores målgruppe.

Analyse af konkurrence

Vi har som nævnt i produktionsplanen lavet et omfattende stykke research af, hvilke andre OSINT-formidlende databaser og hjemmesider der findes. Foruden en omfattende youtube-kanal (Youtube 2024) der interesserer sig for OSINT-værktøjer, findes der også databaser (OSINT Framework 2024 og Journalists Toolbox 2024), hvor man kan tilgå en lang række OSINT-værktøjer. Desuden er der et kapitel i fagbogen “Den undersøgende journalistiks metoder”, der handler om OSINT og hvordan man kan bruge det i sit arbejde som journalist (Hartley, et al. 2021).

Alt i alt vurderer vi, at der er nogen konkurrence på området, men at vi har designet vores innovation, så den stadig er relevant og nyskabende og på den måde kan udfylde et behov hos vores målgruppe. Vi baserer denne vurdering på, at vores innovation er på dansk, og at den er langt mere formidlende og pædagogisk end alternativerne, der ofte kan være svært tilgængelige. Vores inspirationsartikler er især noget, vores fokusgruppe har lagt vægt på som en fordel ved vores innovation – det vil vi komme ind på i metodeafsnittet, hvor vi behandler feedbacken på innovationen separat.

Vi er klar over, at det ovenfor beskrevne billede relativt hurtigt kan ændre sig. Vores innovation er nem at efterligne, og fordi omkostningerne til innovationen er så lave, er det også tænkeligt, at innovationen vil møde mere og mere konkurrence i takt med, at OSINT bliver mere populært i journalistbranchen. Der er altså en reel “*threat of new entrants*” på det marked, vi har valgt at innovere, ligesom der også er en “*threat of substitute products or services*” (Porter 1980: 4).

Metode, produktudvikling og -feedback

Vores arbejde mod at skabe vores eget innovative produkt begyndte som det første med en bred afsøgning af allerede eksisterende litteratur og produkter inden for OSINT-journalistik. Dette trin, samt hvilken litteratur og hvilke hjemmesider vi i første omgang opsøgte, er dog allerede beskrevet i forrige afsnit samt i vores produktionsplan, og afsnittet her vil derfor i højere grad beskæftige sig med vores efterfølgende arbejde og metodiske overvejelser.

Efter at have afleveret produktionsplanen havde vi en klar idé til, hvad vi ønskede at lave for et produkt. Men kunne andre journalister også se en idé i en OSINT-plattform på dansk? Og hvad med hypotesen, vi opstillede i starten af projektet om, at der generelt var en mangel på vidensdeling blandt undersøgende journalister, når det kom til værktøjer og metoder – havde den gang på jorden?

For at kunne undersøge de spørgsmål, var det selvsagt nødvendigt at henvende os til nogle andre end os selv, og vi valgte, at det skulle være journalister, der passede til den målgruppe, vi indledningsvist havde opstillet for vores produkt. Altså journalister med som minimum en interesse i undersøgende journalistik, men som ikke behøvede at være specialister.

Rent metodisk besluttede vi os hurtigt for, at det gav mest mening at afholde de indledende interviews som kvalitative interviews. Brinkmann og Tanggaard beskriver blandt andet, hvordan interviewet giver os ”privilegeret adgang til personers oplevelse af deres livsverden” og på den måde kan udgøre datagrundlag til begyndelsen på konstruktionen af en senere model, og netop det var formålet med interviewene (Brinkmann & Tanggaard 2020: 36). At granske respondenternes erfaringer med OSINT-journalistik, deres tanker om vores indledende hypotese, og at finde ud af, om de kunne se et behov for – og selv kunne finde på at bruge – et sådant produkt inden for en løs spørgeramme. Dernæst har vi transskriberet interviewene og diskuteret dem mundtligt.

Førnævnte Brinkmann og Tanggaard beskriver, at det at analysere bogstaveligt talt betyder at bryde noget ned i mindre dele, og at man typisk vil forsøge at sammenfatte materiale i kategorier, diskurser eller narrativer (Brinkmann & Tanggaard 2020: 54). For vores vedkommende har vi ikke udarbejdet en decideret skriftlig analyse af vores interviews med afsæt i eksempelvis diskursanalyseteori for at give et eksempel på en typisk analyseform – men i vores efterfølgende arbejde med transskriptionerne har vi understreget og opsummeret de feedbackpointer, der relaterer sig til produktet, vi udvikler, og derefter diskuteret dem mundtligt og brugt dem i vores udvikling af produktet.

Indledende feedback

Hvad kom der så ud af vores kvalitative interviews? Hvad fik vi konkret af feedback?

Indledningsvis afholdte vi i alt tre interviews med henholdsvis Kalle Thue Gregersen, journalist på faktatjekmediet TjekDet, Emil Bo Rask, journalist på Berlingske og Jonas Nyeng, journalist på Fyens Stiftstidende. For alle tre var det gældende, at de helt eller delvist erklærede sig enige i vores indledende hypotese. Samtidig havde de dog flere forbehold eller krav til produktet, før de mente, at de ville kunne se en mening i at bruge det.

Starter man med Kalle Thue Gregersen, som var den mest skeptiske respondent, gav han på den ene side udtryk for, at en OSINT-database eller -platform ville være ”meget brugbar” (Bilag 1: 3). Men på den anden side, sagde han, at det ville være lige så brugbart ”bare at prøve at kaste sig ud i det” og selv søge redskaber frem uden hjælp fra en decideret platform (ibid.). Samtidig troede han ikke på, at journalister på tabloidmedier med større krav til mængden af produktioner ville bruge et værktøj som det, vi forestillede os at lave:

”Så hvis det skal være til de der hurtige historier. Så tror jeg da ikke, de kommer til det” (Bilag 1: 4).

Både Emil Bo Rask og Jonas Nyeng var dog mere positivt indstillede. Emil Bo Rask fortalte, at han var ”helt enig” i vores hypotese om, at der var mangel på vidensdeling blandt journalister inden for undersøgende journalistik, og samtidig sagde han, at han ville foretrække netop en database som produkt, da man i modsætning til, hvis man henvendte sig til en kollega, som han normalt ville gøre, ”ikke skal føle sig dum” over at stille et spørgsmål (Bilag 1: 7). Han nævnte også, at hjemmesiden skulle være ”pædagogisk” og ”konkret”:

”Nogle gange har man jo kun en adresse, så har man jo brug for at vide alt om den adresse. Så det her med, hvis man ud fra nogle meget konkrete ting kunne få at vide, hvad er der egentlig af muligheder” (ibid.).

Mens Emil Bo Rask nævnte det at henvende sig til en kollega som sin normale tilgang, var det en mulighed, Jonas Nyeng fra Fyens Stiftstidende ikke havde til daglig, fortalte han i interviewet. Derfor ville en OSINT-platform være interessant for ham. Han havde tidligere prøvet andre databaser, men havde en oplevelse af at fare vild. Derfor, sagde han, var det vigtigt for ham, at en eventuel platform var tilpasset en dansk kontekst og først og fremmest var overskuelig.

”Hvis jeg skulle bruge det (OSINT-værktøjer, red.) mere, så skulle det [...] dels være let at bruge, og så skulle der være et bedre overblik over værktøjerne” (Bilag 1: 10).

Udvikling af produkt

Netop ovenstående citat var en af hovedpointerne, vi tog med os videre fra de indledende interview i den efterfølgende udvikling af produktet. Vi konkluderede på baggrund af interviewene, at det var

afgørende, at vores produkt prioriterede overskuelighed, værktøjer tilpasset en dansk kontekst samt så klare og konkrete beskrivelser af de enkelte værktøjer som overhovedet muligt.

Dernæst begyndte arbejdet med selve produktet – hjemmesiden – hvor vi ligeledes søgte teori og metoder, vi kunne læne os op ad. Amerikanske Steve Krug beskriver eksempelvis i bogen *Don't make me think, revisited*, hvordan hans primære princip for en god hjemmeside netop ligger i sætningen, der udgør bogens titel: Man skal kunne forstå konceptet samt funktionerne på siden uden at tænke nærmere over, hvad det er, og hvordan de enkelte elementer fungerer (Krug 2014: 11). Dette har vi forsøgt at inkorporere ved hjælp af få og klare, afgrænsede elementer på hjemmesiden i form af en 'Forside, der giver en introduktion til siden og sidens formål, 'Værktøjer', sidens hovedelement, der rummer en oversigt over samtlige værktøjer, der hver især er understøttet med et logo, et link og en kort beskrivelse, og så yderligere to undersider i form af 'Inspiration', som rummer fortællinger om undersøgende artikler produceret ved hjælp af værktøjerne på siden og endeligt 'Øvelser', som rummer tre øvelser med dertilhørende løsninger, som inkorporerer værktøjerne på siden (Wix 2023).

En anden vigtig pointe, som fremsættes af Ethan Marcotte i bogen *Responsive Web Design* er, at langt fra alle brugere i dag befinder sig på en computer (Marcotte 2011: 6). Derfor er det vigtigt, at en hjemmeside også er optimeret til blandt andet smartphones. Hvordan man konkret gør det, er et andet spørgsmål. I *Didaktik, design og digitalisering* af Nina Bonderup Dohn & Jens Jørgen Hansen lyder det, at forskellen mellem en fuld website og en mobilwebsite ofte ligger i, at der på et mobilwebsite præsenteres mindre datakrævende layout og ofte også færre informationer (Bonderup Dohn & Hansen 2016: 27). En lignende pointe har førnævnte Steve Krug, som sammenligner et mobilsite med en mindre lejlighed, hvor der ikke er plads til samme antal møbler som i et hus (Krug 2014: 147). Derfor er spørgsmålet altså, hvilke møbler man prioriterer, hvis man skal blive i samme billedsprog som Krug.

For vores vedkommende var der dog ikke et behov for at fjerne mange elementer, hvilket ikke er tilfældigt. En af førnævnte Ethan Marcottes pointer er nemlig, at det er en dårlig idé, hvis brugeroplevelsen varierer i stor grad, afhængigt af, om man tilgår en hjemmeside via en computer eller mobil (Marcotte 2011: 7). En måde at løse det på, er ifølge Marcotte at have mobil-sitet for øje til at starte med i processen, hvilket vi har forsøgt at gøre (ibid.). Derfor er logoerne, der akkompagnerer de enkelte værktøjer, de eneste elementer, vi har været nødsaget til at fjerne.

Ét element på siden blev dog ikke, som vi indledningsvist havde forestillet os. Vi havde planlagt, at 'Inspiration'-elementet på hovedsiden skulle bestå af eksterne journalister, der i jegfortæller-format skulle fortælle om en historie, de havde lavet fra idéfase til udgivelse med en skridt-for-skridt beskrivelse af, hvilke værktøjer, de brugte i researchen. I gruppen diskuterede vi indledningsvist at bruge Bo Elkjær, Sebastian Gjerding og Lasse Skou Andersen fra Dagbladet Information, som alle

står bag en række undersøgende artikler, men senere besluttede vi os for at bruge Frederik Kulager fra Zetland samt Frederik Hugo Ledegaard fra DR, som vandt Cavlingprisen i 2022. Det lykkedes os dog ikke at få en aftale i hus med nogen af dem, og på grund af tidspres valgte vi i stedet at bruge os selv som personer, der fremgår på 'Inspiration'-sitet, primært for at illustrere, hvordan formatet ville fungere i en endelig version af produktet, da sidens form og funktion er identisk med, hvis det havde været en ekstern journalist, der optrådte på siden.

Produkttest og -feedback

Efter at have udviklet en prototype af vores produkt, var det tid til at teste, hvad brugere af produktet syntes om det. Hvordan det konkret skulle foregå, var vi dog i tvivl om i gruppen. På den ene side ville eksempelvis et spørgeskema kunne give os klare kvantitative data på, hvad folk syntes om produktet, eksempelvis med vurderinger fra 1 til 5 eller 10. Men omvendt var vi i tvivl, om det ville føre til det ønskede antal respondenter, ligesom vi heller ikke i samme grad ville være garanteret indsigt i, hvem respondenterne var. Derfor valgte vi igen at gøre brug af kvalitative interviews, hvor vi kunne sikre os, at respondenterne passede målgruppen og i højere grad selv kunne tage styring over feedbacken, vi modtog, hvilket man omvendt også kunne argumentere for, er det farlige ved det kvalitative interview som metode.

For eksempel beskriver Kvale og Brinkmann i *Interview: Det kvalitative forskningsinterview som håndværk*, hvordan viden i et kvalitativt forskningsinterview produceres socialt i samspillet mellem interviewer og interviewperson. Derfor er produktionen – og kvaliteten – af data i høj grad afhængig af ”interviewerens færdigheder og situerede personlige skøn med hensyn til, hvordan spørgsmålene stilles”, ligesom der fra interviewerens side kræves en stor grad af viden om interviewemnet (Kvale & Brinkmann 2015: 91).

Da den feedback, vi nu stod over for at skulle indsamle, var af en markant anden type, end ved de første kvalitative interview, vi afholdt, var vores tilgang som interviewere derfor også markant anderledes. Hvor de indledende interviews var relativt ustrukturerede med åbne og sonderende spørgsmål, lagde vi i forberedelserne til feedbackinterviewene vægt på at have en semistruktureret tilgang med spørgsmål, der udsprang fra vores oprindelige produktionsplan og selve produktet, som respondenterne havde testet.

Konkret valgte vi at henvende os til Dagbladet Informations indlandsredaktion, hvor det lykkedes os at få en interviewaftale i hus med to journalister, Sebastian Gjerding og Marie Sæhl, som er henholdsvis graverjournalist og klimajournalist, og én journalistpraktikant, Mikkel Kristensen, som også beskæftiger sig med undersøgende journalistik. Inden vi afholdt de tre interview, havde vi dagen forinden tilsendt dem hjemmesiden og bedt dem bruge cirka 30 minutter på sitet.

Skal man opsummere feedbacken, vi modtog, var alle tre respondenter overordnet set positivt stemte over for produktet. De gav udtryk for, at de kunne se meningen med det, at de havde haft nytte af flere af værktøjerne, og at de ville være interesserede i at bruge det i praksis, hvis det blev lanceret.

Samtidig havde alle også et eller flere forslag eller kritikpunkter.

Begynder man med Mikkel Kristensen, lagde han vægt på, at siden var ”meget overskuelig”, og at den rent ”funktionelt og visuelt” fungerede og var ”meget lige til højrebenet” (Bilag 1: 12). Han fortalte samtidig, at han selv følte, han havde ”ret godt styr på OSINT”, men at siden alligevel havde vist ham flere værktøjer, han ikke var klar over eksisterede (Bilag 1: 13). Samtidig roste han, at hjemmesiden inddrog danske værktøjer:

”Det er jo ikke sådan noget, du finder inde på OSINT-Framework for eksempel. Det er jo noget, der kun gør sig gældende i en [...] dansk kontekst” (Bilag 1: 14).

Én ting, han dog faldt over, var, at siden ikke inddrog værktøjer, der krævede installation, eller som kunne installeres via computerens såkaldte *command prompt*, hvilket vi bevidst havde undgået. Han foreslog, at man udvalgte enkelte værktøjer, og dernæst lavede en særskilt step-by-step guide til dem (Bilag 1: 13).

Feedbacken fra Marie Sæhl var også overvejende positiv. Hun sagde, at siden var ”utrolig nem” at forstå og ”ret overskuelig”:

”Når man ikke sidder til daglig [...] og laver undersøgende journalistik, så er det rigtig rart, at der var sådan en samlet indgang til det” (Bilag 1: 17).

Derfor, sagde hun, ville hun gemme hjemmesiden og bruge den fremadrettet, ”hvis den vel og mærke er opdateret” (Bilag 1: 18). Hun havde dog også et enkelt kritikpunkt. For et af værktøjerne, hun havde brugt – et faktatjekværktøj, der kunne tjekke og analysere påstande – havde værktøjet ikke fungeret den ene gang, hun havde brugt det. Det indikerede for hende, at dets funktionalitet var afgrænset til visse stofområder, som ikke gjaldt klima, som var hendes stofområde (Bilag 1: 18). Samtidig sagde hun, at selv om siden fremstod overskuelig, var den rent designmæssigt ”lidt nerdy”, hvilket kunne være et punkt, man forbedrede i fremtiden (ibid.).

Sebastian Gjerding, den sidste respondent, der primært beskæftiger sig med undersøgende journalistik, var ligeledes også positivt indstillet over for hjemmesiden. Han var dog også den, der havde flest forslag til at forbedre den.

Starter man med det positive, roste han hjemmesidens præsentation, visuelle udtryk og kurateringen af værktøjer, som både folk, der ikke har meget erfaring, men også ”alle, der laver generel research”, ifølge ham ville have gavn af (Bilag 1: 21).

Omvendt efterspurgte han mere materiale i ’Inspiration’-undersiden, og mere konkrete eksempler i beskrivelserne af værktøjerne på projekter eller artikler, værktøjerne var blevet eller kunne bruges i. I stil med Mikkel Kristensen foreslog han også at udvælge cirka fem *command prompt*-baserede værktøjer, som man ”rent faktisk kan finde ud af” (ibid.).

”Det, jeg savner i forhold til præsentation, det er lidt flere ret konkrete eksempler. Altså peg på en eller anden undersøgelse, et eller andet der gør det lidt mere konkret, hvad værktøjet skal bruges til” (Bilag 1: 20).

Produktudvikling – fremadrettet

Skal man opsummere feedbacken, vi har modtaget, er den som tidligere nævnt overvejende positiv. Der er dog flere forslag til forbedringer, der går igen. Særligt at udvide afgrænsningen af værktøjer, vi har foretaget, til også at inddrage enkelte værktøjer, der kan installeres, og i forlængelse heraf lave særligt grundige beskrivelser. Samtidig kan vi konstatere, at der er en efterspørgsel efter endnu mere konkrete beskrivelser af værktøjerne med eksempler på artikler, researchmæssige gennembrud eller specifikke kontekster, hvor værktøjet har været taget i brug.

Rent praktisk har vi været begrænset af, at vi inden, vi afholdt interviewene, gerne ville kunne fremvise et konkret produkt af høj kvalitet. Den prioritering har betydet, at vi til gengæld har været tidsmæssigt presset i forhold til at afholde interview omhandlende produktfeedback. Derfor er det begrænset, hvor mange ændringer vi efterfølgende har kunnet implementere på hjemmesiden, inden projektets afslutning.

Fremadrettet ville særligt de ovenstående forslag dog være oplagte at udvikle videre på, eksempelvis i form af en ny, separat underside med mere avancerede OSINT-værktøjer, der kræver installation eller betaling. I forlængelse heraf kunne man overveje også at udvide mængden af kvalitative interview, der udgør feedbacken, vi har indsamlet – enten ved at lave yderligere kvalitative interview eller ved også at inddrage kvantitative data – for eksempel ved at spørge, i hvor høj grad brugere er positivt eller negativt stemte over for eksempelvis hjemmesidens visuelle udtryk, overskuelighed, kuratering og beskrivelser af værktøjer og lignende ud fra en konkret skala. Derudover ville det være oplagt at inddrage eksterne journalister i ’Inspiration’-delen, som vi indledningsvist lagde op til.

Konklusion

Vi har valgt at lave en innovation inden for et område af den journalistiske metode – OSINT – som vi synes er vigtig, og som har et klart forbedringspotentiale. Det er tydeligt, at interessen for graverjournalistik er stor blandt journalister. Med vores innovation har vi ønsket at gøre den mere tilgængelig for flere.

Som innovation står vores produkt stærkt på en række områder. Først og fremmest har den feedback, vi har fået, næsten entydigt peget i retning af, at der er brug for udvikling og tilgængelighed inden for det område, vi har valgt at lave vores innovation. Tilmed er omkostningerne for vores produkt meget lave. Det gør blandt andet, at vi ikke har været så bundet i forhold til valg af finansiering. Det gør også, at der er gode muligheder for, at produktet kan videreudvikles, og at der løbende kan ske forbedringer af både form og indhold – men uden, at vi er nødt til at anskaffe en bestemt mængde abonnenter først. Et udviklingspunkt kunne som nævnt være en udvidelse af hjemmesiden med en guide til særligt avancerede OSINT-redskaber. Adgangen til den del af hjemmesiden kunne, hvis behovet var der, være bag en betalingsmur og på den måde generere en indtjening, men det har som udgangspunkt ikke været en vej, vi har ønsket at gå.

Når vi ser samlet på vores produkt og den feedback, vi har fået, er vores samlede konklusion, at det i store træk lever op til de mål og krav, vi fastsatte i produktionsplanen.

I produktionsplanen og den efterfølgende problemformulering opsatte vi som mål at skabe et produkt, der kunne lave en god indføring i OSINT-journalistik som metode- og researchværktøj for journalister. Samtidig var vi opmærksomme på, at der allerede var produkter på markedet inden for det felt. Derfor har vi forsøgt at lægge ekstra vægt på det pædagogiske – for eksempel at vores liste over værktøjer er kurateret efter, at de er lette at tilgå, at de fungerer i en dansk kontekst, og at de er de bedste af sin slags. Det skaber både overskuelighed og tilgængelighed i et ellers stort felt af værktøjer og databaser.

I produktionsplanen lagde vi tilmed vægt på, at vores produkt skulle skabe interesse for OSINT og fungere som inspiration for brugeren. Det mål har vi indfriet ved at lave to inspirationsartikler på hjemmesiden, så brugeren kan få et konkret indblik i, hvad OSINT kan bruges til i en situation, der er lig den, som brugeren selv sidder i, hvad enten det er i idé- eller research-fasen af en artikel. Selvom det ikke var det primære tema i den feedback, vi har fået, er vi samtidig opmærksomme på, at netop inspirationsdelen af vores produkt kan forbedres i fremtiden. For eksempel ved at lave interviews med andre journalister fra branchen – gerne med forskellige stofområder – der har brugt OSINT i deres

historier, som vi i produktionsplanen lagde op til, og på den måde få mere kvalitet i den del af innovationen.

Litteraturliste

- Al Jazeera (2023): "Open Source Investigations Handbook".
<https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2023/Open%20Source%20Investigation%20Handbook.pdf?title=Open%20Source%20Investigation%20Handbook> Lokaliseret den 9/9 2023.
- Bonderup Dohn, N. & Hansen, J. J. (red.) (2016): *Didaktik, design og digitalisering*. Samfundslitteratur. ISBN 978-87-593-2455-4.
- Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (red.) (2020): *Kvalitative metoder: En grundbog*. (3 udg.) Hans Reitzels Forlag. ISBN 978-87-412-7726-4.
- Center for Undersøgende Journalistik (2019): "An OSINT guide for military research".
<https://cu.j.ruc.dk/2019/09/27/an-osint-guide-for-military-research/> Lokaliseret den 9/9 2023.
- Columbia Journalism Review (2023): "A Guide to Open Source Intelligence (OSINT)".
https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide-to-osint-and-hostile-communities.php#one
Lokaliseret den 9/9 2023.
- Hartley, J. M., Dalsgaard, L. og Oxholm Sørensen, D. (2021): "Research, faktatjek og visualisering med Open Source Investigation (OSINT)". I: *Den undersøgende journalistiks metoder*. Side 243-264. Ajour. ISBN 9788793453715.
- I-Intelligence (2020): "Open Source Intelligence Tools and Resources Handbook 2020".
https://i-intelligence.eu/uploads/public-documents/OSINT_Handbook_2020.pdf Lokaliseret den 9/9 2023.
- Journalist's Toolbox (2024): "INVESTIGATIVE JOURNALISM".
https://journaliststoolbox.org/2023/05/25/investigative_backgrounding/ Lokaliseret den 2/1 2024.
- Journalisten (2023): "Blodrøde annoncetal har på et år kostet mindst 200 mediejob".
<https://journalisten.dk/blodroede-annoncetal-har-paa-et-aar-kostet-mindst-200-mediejob/>
Lokaliseret den 2/1 2024.
- Krug, S. (2014): *Don't make me think, revisited: a common sense approach to Web usability*. (3 ed). New Riders Publishing. ISBN 978-0-321-96551-6.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015): *Interview: Det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. (3 ed.) Hans Reitzels Forlag. ISBN 978-87-412-6015-0.
- Marcotte, E. (2011): *Responsive Web Design*. A Book Apart. ISBN 978-0-9844425-7-7 .

- Nina C. Müller & Jenny Wiik (2023): "From Gatekeeper to Gate-opener: Open-Source Spaces in Investigative Journalism". I: *Journalism Practice*. Side 189-208. DOI: 10.1080/17512786.2021.1919543.
- OSINT Essentials (2023): "OSINT Essentials". <https://www.osintessentials.com/> Lokaliseret den 9/9 2023.
- OSINT Framework (2024): "OSINT Framework". <https://osintframework.com/> Lokaliseret den 2/1 2024.
- Schröder, K., Blach-Ørsten, M., & Eberholst, M. K. (2023): *Danskernes brug af nyhedsmedier 2023*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7956294>.
- Storsul, T. & Krumsvik, A. H. (eds.). (2013): *Media Innovations – A Multidisciplinary Study of Change*. Nordicom. ISBN 978-91-86523-65-7.
- TjekDet (2022): "Det ultimative overblik: Her er 135 værktøjer til at lave avanceret faktatjek på nettet". <https://www.tjekdet.dk/guides/her-er-140-vaerktoejer-til-lave-avanceret-faktatjek-paa-nettet> Lokaliseret den 9/9 2023.
- Willig, I. (2011): "Den gode journalist: Fra formidling til afsløring". I: *Bag Nyhederne – værdier, idealer og praksis*. Samfundslitteratur. ISBN 9788759316054.
- Wix (2023): "OSINT-Portalen". <https://osintportalen.wixsite.com/forside> Lokaliseret den 5/10 2023.
- Youtube.com (2024): "Bendobrown". <https://www.youtube.com/@Bendobrown> Lokaliseret den 2/1 2024.
- Zetland (2023): "Hjælp, mediebranchen er i krise. Er det et problem – eller piber vi bare?". <https://www.zetland.dk/historie/s8yy0DXg-a8l4v9jA-d8ea2> Lokaliseret den 2/1 2024.