

Nazwa projektu	Osiągnięcie zrównoważonego rozwoju dziennikarstwa poprzez zrozumienie danych treści (Content Analysis and Research Lab)
Akronim projektu	CARL
Identyfikacja projektu	Projekt: 101180139 — CARL — CREA-CROSS-2024-JOURPART
Typ dokumentu (charakter)	INNE
Numer i nazwa produktu	D2.5 Lista zasobów dla dziennikarzy
Numer(y) pakietu roboczego	WP2
Wiodący beneficjent	Louie Media
Termin / Data złożenia	30.6.2026 / 30.6.2026
Autor(zy)	Louie Media: Mélissa Bounoua, Z wkładem: SME, Prensa Ibérica, Karjalainen
Poziom jawności	Publiczny
Krótki opis	D2.5 to wyselekcjonowana lista zasobów zaprojektowana w celu wsparcia dziennikarzy i menedżerów mediów w nawigowaniu po narzędziach, metodologiach, kursach i społecznościach związanych z dziennikarstwem danych. Dokument jest zorganizowany w dziewięciu kategoriach tematycznych i obejmuje 43 zasoby. Jest przeznaczony jako praktyczny przewodnik dla europejskich profesjonalistów medialnych na wszystkich poziomach. Jest dostępny we wszystkich siedmiu językach projektu CARL: angielskim, francuskim, czeskim, słowackim, hiszpańskim, fińskim i polskim.
Potwierdzenie finansowania UE	Współfinansowane przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy są poglądami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani organ przyznający środki nie ponoszą za nie odpowiedzialności.
D2.5 jako część WP2	Niniejszy produkt prezentuje listę zasobów opracowaną w ramach Pakietu Roboczego 2 — Skalowanie Wiedzy: Materiały i Wytyczne dla Profesjonalistów Medialnych Zorientowanych na Dane. Gromadzi wyselekcjonowane zewnętrzne narzędzia, metody i odniesienia uzupełniające inne wyniki WP2 (D2.1–D2.4) i wspierające profesjonalistów medialnych w nawigowaniu po szerszym krajobrazie dziennikarstwa danych. Jako wiodący beneficjent D2.5, Louie Media koordynowała wkłady wszystkich organizacji partnerskich projektu CARL.
Spis treści	Wprowadzenie 1. Analityka odbiorców i wskaźniki 2. Źródła danych i otwarte dane 3. Narzędzia i metody analizy danych 4. Wizualizacja danych 5. Przepływy pracy wspomagane przez AI 6. Ochrona danych i prywatność cyfrowa 7. Narzędzia redakcyjne i wydawnicze 8. Zasoby szkoleniowe i społeczności zawodowe 9. Produkty projektu CARL



Lista zasobów dla dziennikarzy

Współfinansowane przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy są poglądami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani organ przyznający środki nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Wprowadzenie

Lista zasobów została opracowana w ramach projektu CARL (Content Analysis and Research Lab), finansowanego przez Unię Europejską na podstawie Umowy o Dofinansowanie nr 101180139. Jest dostarczana jako D2.5 w ramach Pakietu Roboczego 2 — Skalowanie Wiedzy: Materiały i Wytyczne dla Profesjonalistów Medialnych Zorientowanych na Dane — który koncentruje się na budowaniu zdolności i zapewnianiu praktycznych wskazówek dla profesjonalistów medialnych zorientowanych na dane w całej Europie.

Dokument jest przeznaczony dla dziennikarzy, redaktorów i menedżerów mediów, którzy chcą rozwijać bardziej oparte na danych podejście do swojej pracy — czy to poprzez lepsze zrozumienie zachowań odbiorców, bardziej rygorystyczne wykorzystanie otwartych danych, skuteczniejszą wizualizację danych, czy też przemyślane włączenie narzędzi AI do redakcyjnych przepływów pracy.

Zasoby zostały wybrane i opisane przez Louie Media z wkładem organizacji partnerskich CARL: SME (Słowacja), Prensa Ibérica (Hiszpania) i Karjalainen (Finlandia). Są zorganizowane w dziewięciu kategoriach tematycznych i oznaczone wskaźnikiem poziomu (Początkujący / Średniozaawansowany / Zaawansowany / Wszystkie poziomy), aby pomóc czytelnikom zidentyfikować zasoby najbardziej odpowiednie dla ich aktualnego doświadczenia.

Lista ta nie jest wyczerpująca. Odzwierciedla narzędzia i odniesienia, które partnerzy CARL uznali za najbardziej wartościowe w swoich kontekstach redakcyjnych, uzupełnione o wybór powszechnie uznanych zasobów zewnętrznych. Zachęcamy czytelników do eksplorowania, adaptowania i dzielenia się tymi zasobami ze swoimi zespołami.

1. Analityka odbiorców i wskaźniki

Narzędzia w tej sekcji pomagają dziennikarzom i menedżerom mediów zrozumieć, w jaki sposób odbiorcy znajdują, konsumują i angażują się w ich treści. Obejmują one panele kontrolne ruchu w czasie rzeczywistym i analitykę behawioralną, i są istotne zarówno dla podejmowania decyzji redakcyjnych, jak i strategicznych.

Chartbeat

Kategoria: [Wskaźniki odbiorców | Testowanie nagłówków] | **Poziom:** [Początkujący–średniozaawansowany]

Link: <https://chartbeat.com/>

Chartbeat to platforma analityki odbiorców w czasie rzeczywistym szeroko stosowana w redakcjach. Umożliwia zespołom redakcyjnym monitorowanie ruchu na żywo, testowanie nagłówków i obrazów za pomocą testów A/B oraz identyfikowanie treści, które najlepiej sprawdzają się u czytelników. Szczególnie przydatne dla redaktorów cyfrowych i szefów ds. odbiorców, którzy chcą podejmować szybsze, oparte na dowodach decyzje redakcyjne.

Deep.bi

Kategoria: [Wskaźniki odbiorców | Panel kontrolny | Analityka redakcji] | **Poziom:** [Zaawansowany]

Link: <https://www.deep.bi/>

Deep.bi to adaptowalne narzędzie do pozyskiwania i wizualizacji danych zaprojektowane dla firm medialnych. Umożliwia redakcjom tworzenie niestandardowych paneli kontrolnych, w tym widoków wydajności artykułów w czasie rzeczywistym na różnych platformach, oraz integrowanie wielu źródeł danych w jednym interfejsie. Najlepiej nadaje się dla zespołów z istniejącą infrastrukturą analityczną, które chcą skonsolidować i dostosować swój widok danych.

Microsoft Clarity



Co-funded by
the European Union

Kategoria: [Zachowanie odbiorców | Analityka UX] | **Poziom:** [Średniozaawansowany–zaawansowany]

Link: <https://clarity.microsoft.com/>

Microsoft Clarity to bezpłatne narzędzie do analityki behawioralnej, które generuje mapy ciepła i nagrania sesji pokazujące, jak użytkownicy wchodzi w interakcję ze stroną internetową. Pomaga zespołom redakcyjnym i produktowym oceniać projekt stron, identyfikować punkty tarcia w doświadczeniu użytkownika i podejmować decyzje dotyczące układu na podstawie zaobserwowanego zachowania. Niedrogie rozwiązanie dla zespołów zaczynających pracę z danymi UX.

Ausha PSO (Podcast Search Optimization)

Kategoria: [Dystrybucja podcastów | Odkrywalność | SEO audio] | **Poziom:** [Początkujący–średniozaawansowany]

Link: <https://www.ausha.co/podcast-search-optimization-pso-boost-your-podcast-seo-visibility/>

PSO (Podcast Search Optimization) to dyscyplina opracowana przez Ausha w celu poprawy widoczności podcastu w wynikach wyszukiwania platform streamingowych. Panel kontrolny PSO Ausha dostarcza producentom i wydawcom podcastów narzędzi do budowania i zarządzania strategią PSO, obejmując optymalizację tytułów, targetowanie słów kluczowych i czynniki rankingowe specyficzne dla platform. Istotne dla każdej redakcji lub organizacji medialnej produkującej treści audio.

Google Search Console

Kategoria: [SEO | Analityka internetowa | Widoczność w Google] | **Poziom:** [Średniozaawansowany]

Link: <https://search.google.com/search-console/>

Google Search Console jest narzędziem wykorzystywanym do monitorowania widoczności serwisu w wyszukiwarce Google. Pozwala sprawdzać, na jakie frazy użytkownicy trafiają do portalu, które artykuły generują najwięcej wejść z wyników wyszukiwania oraz jak zmienia się pozycja poszczególnych tekstów w Google. Dane te pomagają oceniać skuteczność tytułów, tematów i opisów publikowanych materiałów.

W codziennej pracy redakcyjnej Google Search Console służy również do analizowania kliknięć, wyświetleń, średniej pozycji i współczynnika CTR. Redakcja może dzięki temu lepiej rozumieć, które tematy odpowiadają na realne zapytania czytelników, a które wymagają poprawy pod kątem SEO. Narzędzie pomaga także wychwytywać problemy techniczne wpływające na indeksowanie strony, widoczność artykułów oraz poprawność prezentowania treści w Google.

Taboola Newsroom

Kategoria: [Analityka treści | Google Discover | Optymalizacja redakcyjna] | **Poziom:** [Średniozaawansowany | Zaawansowany]

Link: <https://www.taboola.com/newsroom>

Taboola Newsroom służy do monitorowania efektywności publikowanych artykułów oraz analizowania ich potencjału w kanałach odkrywania treści, przede wszystkim w Google Discover. Platforma dostarcza danych dotyczących liczby odsłon, tempa wzrostu ruchu, zainteresowania czytelników oraz przewidywanego potencjału poszczególnych publikacji. Dzięki temu redakcja może szybko identyfikować materiały, które zaczynają zdobywać popularność, oraz podejmować decyzje dotyczące ich dalszej promocji, aktualizacji lub rozwinięcia.

Taboola Newsroom wspiera także analizę skuteczności poszczególnych tematów, autorów i kategorii publikacji. Dane prezentowane w czasie zbliżonym do rzeczywistego pomagają oceniać, które materiały mają największy potencjał dotarcia do nowych odbiorców oraz jakie działania redakcyjne przekładają się na wzrost ruchu. Narzędzie jest wykorzystywane do bieżącej oceny wyników publikacji, planowania kolejnych tematów oraz optymalizacji treści z myślą o zwiększaniu zasięgu w Google Discover i innych kanałach pozyskiwania czytelników.

2. Źródła danych i otwarte dane



Co-funded by
the European Union

Znajdowanie wiarygodnych danych jest jednym z głównych wyzwań dziennikarstwa danych. W tej sekcji wymieniono zaufane repozytoria, bazy danych i narzędzia monitorowania, z których dziennikarze mogą korzystać w celu identyfikowania, uzyskiwania dostępu i weryfikowania zbiorów danych do celów redakcyjnych.

Portal danych otwartych rządu hiszpańskiego (datos.gob.es)

Kategoria: *[Otwarte dane | Źródła danych | Hiszpania]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://datos.gob.es/es/>

Scentralizowany portal danych otwartych rządu hiszpańskiego agreguje publicznie istotne zbiory danych z instytucji krajowych i regionalnych. Obejmuje szeroki zakres tematów, w tym demografię, ekonomię, zdrowie i transport, i udostępnia dane bezpłatnie każdej osobie lub organizacji. Kluczowy punkt wyjścia dla dziennikarzy pracujących nad historiami dotyczącymi hiszpańskich danych publicznych.

The GDELT Project

Kategoria: *[Monitorowanie mediów | Dane globalne | Dziennikarstwo śledcze]* | **Poziom:** *[Zaawansowany]*

Link: <https://www.gdeltproject.org/>

Projekt GDELT monitoruje publikacje medialne na całym świecie, analizuje treści w ponad 100 językach i wyodrębnia encje takie jak osoby, organizacje, lokalizacje i tematy. Zapewnia jedną z najbardziej kompleksowych baz danych globalnego zasięgu mediów w czasie rzeczywistym, umożliwiając dziennikarzom śledzenie ewolucji tematów w różnych krajach i kulturach w czasie. Szczególnie cenny dla dziennikarzy śledczych i zagranicznych.

Our World in Data

Kategoria: *[Źródła danych | Statystyki globalne | Badania]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://ourworldindata.org/>

Our World in Data to bezpłatny zasób z otwartym dostępem, który publikuje badania i dane dotyczące globalnych problemów, w tym zdrowia, nierówności, edukacji, zmian klimatu i konfliktów. Wszystkie zbiory danych pochodzą ze zweryfikowanych instytucji i są opatrzone szczegółowymi notatkami metodologicznymi. Wiarygodny punkt wyjścia dla dziennikarzy pracujących nad długimi lub opartymi na danych materiałami na tematy społeczne.

Eurostat

Kategoria: *[Otwarte dane | Statystyki UE | Źródła danych]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://ec.europa.eu/eurostat/>

Eurostat to urząd statystyczny Unii Europejskiej, dostarczający oficjalnych danych statystycznych o państwach członkowskich UE w szerokim zakresie tematów. Jego portal danych oferuje do pobrania zbiory danych, interaktywne wykresy i publikacje tematyczne. Niezbędne odniesienie dla każdego dziennikarza obejmującego sprawy europejskie, politykę lub dokonującego porównań między krajami.

Google Dataset Search

Kategoria: *[Wyszukiwanie danych | Otwarte dane]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://datasetsearch.research.google.com/>

Google Dataset Search to wyspecjalizowana wyszukiwarka indeksująca publicznie dostępne zbiory danych z repozytoriów, portali rządowych i instytucji badawczych. Umożliwia dziennikarzom szybkie zlokalizowanie danych na niemal każdy temat bez konieczności uprzedniej wiedzy, gdzie mogą być przechowywane. Praktyczny pierwszy krok w każdym procesie dziennikarstwa opartego na danych.

OpenDataSoft

Kategoria: *[Otwarte dane | Dane europejskie | Źródła danych]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://www.opendatasoft.com/>

OpenDataSoft to platforma używana przez rządy, instytucje publiczne i organizacje w całej Europie do publikowania i udostępniania danych otwartych. Jej publiczna sieć danych zapewnia dostęp do tysięcy zbiorów danych na tematy od transportu i środowiska po kulturę i administrację publiczną. Przydatne dla dziennikarzy obejmujących lokalne i krajowe sprawy publiczne w wielu krajach europejskich.



3. Narzędzia i metody analizy danych

Ta sekcja obejmuje narzędzia i zasoby edukacyjne do pracy z danymi: czyszczenie, strukturyzowanie, zapytania i analizę zbiorów danych. Zasoby wahają się od przystępnych punktów wejścia po bardziej zaawansowane podejścia techniczne.

Google Sheets – Funkcje analizy danych

Kategoria: *[Analiza danych | Arkusze kalkulacyjne]* | **Poziom:** *[Początkujący]*

Link: <https://support.google.com/docs/table/25273>

Google Sheets to bezpłatne, przeglądarkowe narzędzie do arkuszy kalkulacyjnych szeroko dostępne dla dziennikarzy i redakcji. Poza podstawowymi obliczeniami obsługuje tabele przestawne, filtry, formatowanie warunkowe i analizę opartą na formułach, które pokrywają większość codziennych potrzeb dziennikarstwa danych. Idealny punkt wyjścia dla dziennikarzy bez wcześniejszego doświadczenia w analizie danych, którzy chcą pracować z ustrukturyzowanymi danymi.

OpenRefine

Kategoria: *[Czyszczenie danych | Przygotowanie danych]* | **Poziom:** *[Początkujący–średniozaawansowany]*

Link: <https://openrefine.org/>

OpenRefine to bezpłatne narzędzie open-source do czyszczenia i transformacji nieuporządkowanych zbiorów danych. Umożliwia dziennikarzom identyfikowanie niespójności, standaryzowanie formatów, uzgadnianie encji i przekształcanie struktur danych bez pisania kodu. Szczególnie przydatne przy pracy z danymi wyeksportowanymi z portali rządowych lub zebranych przez scraping, gdzie jakość i spójność są często niskie.

R dla dziennikarzy – Kurs online (learn.r-journalism.com)

Kategoria: *[Analiza danych | Programowanie | Szkolenie]* | **Poziom:** *[Średniozaawansowany–zaawansowany]*

Link: <https://learn.r-journalism.com/en/introduction/>

Ten bezpłatny kurs online uczy dziennikarzy, jak używać języka programowania R do analizy danych i raportowania. Obejmuje importowanie danych, czyszczenie, wizualizację i podstawową analizę statystyczną poprzez przykłady i ćwiczenia specyficzne dla dziennikarstwa. Przeznaczony dla reporterów, którzy muszą pracować z dużymi lub złożonymi zbiorami danych i chcą wyjść poza narzędzia arkuszy kalkulacyjnych.

4. Wizualizacja danych

Skuteczna wizualizacja danych jest kluczową umiejętnością dla dziennikarzy i menedżerów mediów przekazujących odkrycia swoim odbiorcom. Ta sekcja zawiera narzędzia do tworzenia wykresów i interaktywnej grafiki, a także ramy wyboru odpowiedniego typu wizualizacji dla danej historii.

Flourish (z integracją LLM)

Kategoria: *[Wizualizacja danych | Przepływy pracy wspomagane przez AI]* | **Poziom:** *[Początkujący–średniozaawansowany]*

Link: <https://flourish.studio/>

Flourish to przeglądarkowe narzędzie do wizualizacji danych, które umożliwia dziennikarzom tworzenie interaktywnych wykresów, map i grafik bez kodowania. W połączeniu z narzędziami AI, takimi jak Claude lub Gemini, staje się jeszcze potężniejsze: AI może pobierać, formatować i strukturyzować dane bezpośrednio do użytku w szablonach Flourish, znacznie przyspieszając proces produkcji. Odpowiednie dla dziennikarzy i redaktorów graficznych na wszystkich poziomach umiejętności.

FT Visual Vocabulary

Kategoria: *[Wizualizacja danych | Wybór wykresu | Odniesienie]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://ft-interactive.github.io/visual-vocabulary/>

Opracowany przez Financial Times, ten interaktywny przewodnik pomaga dziennikarzom i redaktorom wybrać odpowiedni typ wykresu dla swojej historii danych. Wychodzi od rodzaju relacji w danych — porównanie, dystrybucja, korelacja itp. — i sugeruje odpowiednie formaty wizualizacji z wyjaśnieniami,



Co-funded by
the European Union

kiedy i jak używać każdego z nich. Niezbędne narzędzie referencyjne dla każdego, kto komunikuje dane odbiorcom.

Datawrapper

Kategoria: *[Wizualizacja danych | Publikowanie]* | **Poziom:** *[Początkujący]*

Link: <https://www.datawrapper.de/>

Datawrapper to bezpłatne, szeroko stosowane narzędzie do tworzenia gotowych do publikacji wykresów, map i tabel bezpośrednio z plików danych lub wklejonych danych. Nie wymaga wiedzy programistycznej i produkuje czyste, responsywne wizualizacje, które można osadzić w dowolnej publikacji cyfrowej. Używane przez główne redakcje w całej Europie, jest jednym z najbardziej przystępnych punktów wejścia do produkcji dziennikarstwa danych.

RAWGraphs

Kategoria: *[Wizualizacja danych | Zaawansowane typy wykresów]* | **Poziom:** *[Początkujący–średniozaawansowany]*

Link: <https://www.rawgraphs.io/>

RAWGraphs to bezpłatne narzędzie do wizualizacji open-source skupiające się na mniej typowych rodzajach wykresów — takich jak diagramy aluwiczne, beeswarms i mapy drzewa — które nie są dostępne w większości standardowych narzędzi. Szczególnie przydatne dla dziennikarzy badających złożone relacje w zbiorach danych i szukających bardziej wyrazistych sposobów reprezentowania swoich odkryć. Nie wymaga programowania.

Observable

Kategoria: *[Wizualizacja danych | Interaktywna grafika | Programowanie]* | **Poziom:** *[Zaawansowany]*

Link: <https://observablehq.com/>

Observable to platforma internetowa do tworzenia interaktywnych notebooków danych i wizualizacji przy użyciu języka JavaScript. Jest przeznaczona dla bardziej technicznie pewnych dziennikarzy i zespołów danych, którzy chcą mieć pełną kontrolę nad swoimi wizualizacjami i analizami. Notebooki Observable są udostępnialne i mogą być używane zarówno do eksploracji redakcyjnej, jak i do publikowania interaktywnej grafiki.

5. Przepływy pracy wspomagane przez AI

Narzędzia AI są coraz bardziej obecne w redakcjach, wspierając zadania od badań i przygotowania wywiadów po podsumowywanie treści i formatowanie danych. Ta sekcja przedstawia narzędzia, z których dziennikarze i menedżerowie redakcji mogą korzystać w celu usprawnienia swoich przepływów pracy bez konieczności posiadania wiedzy technicznej.

Microsoft Copilot

Kategoria: *[Narzędzia AI | Redakcyjne przepływy pracy | Produkcja treści]* | **Poziom:** *[Początkujący]*

Link: <https://copilot.microsoft.com/>

Microsoft Copilot to asystent AI zintegrowany z narzędziami Microsoft 365. Dziennikarze używają go do generowania pomysłów na pytania do wywiadów, identyfikowania nowych kątów w historiach, tworzenia podsumowań długich dokumentów i tworzenia ramek podsumowujących artykuły — na przykład trzy najważniejsze punkty na początku artykułów. Skonfigurowany jako niestandardowy agent, może automatyzować powtarzalne zadania, takie jak podsumowywanie artykułów podczas intensywnych okresów produkcji.

Claude (Anthropic)

Kategoria: *[Narzędzia AI | Badania | Analiza danych | Pisanie]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://claude.ai/>

Claude to asystent AI opracowany przez Anthropic, zaprojektowany do złożonego rozumowania, analizy dokumentów i długoformatowego pisania. Dziennikarze mogą używać go do analizowania zbiorów danych,



Co-funded by
the European Union

podsumowywania materiałów badawczych, tworzenia lub ulepszania tekstów oraz pomagania w tłumaczeniu lub pracy wielojęzycznej. Jego zdolność do przetwarzania długich dokumentów sprawia, że jest szczególnie przydatny dla reporterów śledczych pracujących z dużymi ilościami materiału źródłowego.

NotebookLM (Google)

Kategoria: [Narzędzia AI | Badania | Analiza dokumentów] | **Poziom:** [Początkujący–średniozaawansowany]

Link: <https://notebooklm.google.com/>

NotebookLM to narzędzie badawcze Google, które pozwala użytkownikom przysyłać wiele dokumentów i zadawać pytania dotyczące wszystkich z nich jednocześnie. Dziennikarze mogą używać go do pracy z dużymi kolekcjami źródeł — raportami, transkryptami, wywiadami — i szybkiego wyodrębniania istotnych informacji. Generuje podsumowania, identyfikuje powiązania między źródłami i odpowiada na konkretne pytania z cytataми z oryginalnego materiału.

Perplexity

Kategoria: [Narzędzia AI | Badania | Weryfikacja faktów] | **Poziom:** [Początkujący]

Link: <https://www.perplexity.ai/>

Perplexity to wyszukiwarka wspomagana przez AI, która dostarcza cytowanych odpowiedzi na podstawie źródeł internetowych w czasie rzeczywistym. W przeciwieństwie do standardowych wyszukiwarek syntetyzuje informacje z wielu źródeł w jedną czytelną odpowiedź, jednocześnie pokazując swoje referencje. Przydatne dla dziennikarzy prowadzących wstępne badania na dany temat lub szybko weryfikujących fakty, z możliwością śledzenia każdego twierdzenia z powrotem do jego źródła.

ChatGPT Plus

Kategoria: [Narzędzia AI | Redakcja i edycja tekstów | Produktivność] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://chatgpt.com/>

ChatGPT Plus jest narzędziem wykorzystywanym przez dziennikarzy do wspierania codziennej pracy redakcyjnej. Służy przede wszystkim do redagowania tytułów artykułów pod kątem optymalizacji dla wyszukiwarki Google oraz Google Discover, a także do korekty tekstów pod względem ortografii, interpunkcji, stylistyki i przejrzystości. Redakcja korzysta z niego również do przygotowywania krótkich, syntetycznych opisów na podstawie obszernych dokumentów, komunikatów urzędowych czy materiałów prasowych, co pozwala szybciej wyłonić najważniejsze informacje i opracować je w przystępnej formie.

Narzędzie wykorzystywane jest także do parafrazowania tekstów, proponowania śródtytułów, tworzenia leadów oraz opracowywania alternatywnych wersji nagłówków dostosowanych do różnych kanałów publikacji. Wspiera analizę dokumentów, porządkowanie informacji z wielu źródeł, przygotowywanie streszczeń oraz tłumaczenia materiałów z języków obcych. W codziennej pracy redakcyjnej pomaga również w wyszukiwaniu pomysłów na nowe publikacje, planowaniu kalendarza tematów, tworzeniu materiałów SEO oraz opracowywaniu treści do mediów społecznościowych.

6. Ochrona danych i prywatność cyfrowa

Odpowiedzialna praca z danymi wymaga zrozumienia ram prawnych i etycznych regulujących gromadzenie, przechowywanie i wykorzystywanie danych. Ta sekcja zawiera przystępne zasoby dla dziennikarzy i menedżerów mediów pragnących przestrzegać przepisów o ochronie danych i chronić swoje źródła oraz czytelników.

Przewodnik RODO dla profesjonalistów – CNIL (Francja)

Kategoria: [Ochrona danych | RODO | Zgodność z prawem] | **Poziom:** [Początkujący]

Link: <https://www.cnil.fr/en/gdpr-developers-guide>

CNIL (francuski organ ochrony danych) publikuje praktyczne, przystępne wskazówki dotyczące wdrażania Ogólnego Rozporządzenia o Ochronie Danych (RODO) dla organizacji wszystkich rozmiarów. Jego przewodniki obejmują zgodę, minimalizację danych, prawa użytkowników i procesy zgodności w jasnym



Co-funded by
the European Union

języku, co jest przydatne dla organizacji medialnych dążących do dostosowania swoich praktyk danych odbiorców do prawa europejskiego.

Privacy Rights Clearinghouse

Kategoria: [Prywatność cyfrowa | Prawa do danych | Odniesienie] | **Poziom:** [Początkujący]

Link: <https://privacyrights.org/>

Privacy Rights Clearinghouse to amerykańska organizacja non-profit, która publikuje przewodniki w prostym języku na temat prywatności cyfrowej, naruszeń danych i praw indywidualnych. Choć skupia się głównie na kontekście amerykańskim, jej zasoby dotyczące ekosystemów brokerów danych, technologii śledzenia i praw konsumentów zapewniają przydatną wiedzę podstawową dla dziennikarzy zajmujących się kwestiami prywatności lub zarządzających danymi czytelników.

EFF – Surveillance Self-Defense

Kategoria: [Bezpieczeństwo cyfrowe | Ochrona źródeł | Dziennikarstwo śledcze] | **Poziom:** [Początkujący–średniozaawansowany]

Link: <https://ssd.eff.org/>

Surveillance Self-Defense, opublikowany przez Electronic Frontier Foundation (EFF), to bezpłatny, praktyczny przewodnik ochrony cyfrowych komunikacji i źródeł. Obejmuje takie tematy jak szyfrowana komunikacja, bezpieczne przeglądanie, zarządzanie hasłami i modelowanie zagrożeń, z przewodnikami dostosowanymi do różnych profili ryzyka, w tym dziennikarzy. Niezbędny zasób dla reporterów pracujących w wrażliwych kontekstach lub obsługujących poufne źródła.

7. Narzędzia redakcyjne i wydawnicze

Ta sekcja obejmuje narzędzia cyfrowe wspierające redakcyjne przepływy pracy produkcyjnej, od transmisji na żywo po zarządzanie treścią. Choć nie są skoncentrowane wyłącznie na danych, narzędzia te są szeroko stosowane w redakcjach i można je łączyć z podejściami opartymi na danych w celu poprawy efektywności redakcyjnej.

Livecenter

Kategoria: [Blogi na żywo | Narzędzia redakcyjne | Relacjonowanie wydarzeń] | **Poziom:** [Początkujący]

Link: <https://livecenter.norkon.net/>

Livecenter to platforma do tworzenia blogów na żywo i relacjonowania wydarzeń w czasie rzeczywistym. Pozwala dziennikarzom szybko publikować sekwencyjne aktualizacje podczas przełomowych wiadomości lub transmisji sportowych na żywo, z wbudowanymi narzędziami do formatowania, osadzania mediów i koordynacji wielu autorów. Łatwe w użyciu i szybkie w konfiguracji, szczególnie skuteczne dla zespołów relacjonujących wydarzenia, gdzie liczy się szybkość i przejrzystość.

Marfeel

Kategoria: [Media społecznościowe | Analityka internetowa | Zarządzanie treścią] | **Poziom:** [Średniozaawansowany | Zaawansowany]

Link: <https://www.marfeel.com/>

Istotnym obszarem wykorzystania platformy jest moduł **Amplify**, służący do dystrybucji treści w mediach społecznościowych. Redakcje wykorzystują go do przygotowywania postów na różne platformy społecznościowe, dostosowywania ich do specyfiki poszczególnych kanałów oraz planowania i automatyzowania publikacji. Pozwala to ograniczyć liczbę ręcznie wykonywanych czynności związanych z promocją artykułów oraz usprawnia zarządzanie komunikacją w mediach społecznościowych. Połączenie funkcji analitycznych (które Marfeel również posiada na zaawansowanym poziomie) z narzędziami do dystrybucji treści umożliwia redakcjom nie tylko ocenę skuteczności publikacji, ale również szybsze reagowanie na zmieniające się zainteresowanie odbiorców i optymalizację działań redakcyjnych.

Discover Snoop

Kategoria: [Google Discover | Monitoring tematów | Analiza konkurencji] | **Poziom:** [Średniozaawansowany]



Co-funded by
the European Union

| Zaawansowany]

Link: <https://discoversnoop.com/>

Discover Snoop jest narzędziem wykorzystywanym przez redaktorów do wyboru tematów z potencjałem na ruch ze źródła Google Discover. Redakcje obserwują w nim materiały publikowane przez inne portale, które już pojawiły się w Google Discover. Jeżeli określony temat, typ nagłówka lub sposób ujęcia sprawdził się u innych wydawców, może to być sygnał, że podobny materiał ma szansę dobrze zadziałać.

W codziennej pracy Discover Snoop pomaga więc szybciej identyfikować tematy, które warto opracować lokalnie lub przedstawić z własnej perspektywy redakcyjnej. Narzędzie wspiera monitoring konkurencji, analizę trendów oraz ocenę tego, jakie kategorie treści są aktualnie promowane w Google Discover. Nie zastępuje decyzji redakcyjnych, ale pomaga wybierać tematy, które mają większe prawdopodobieństwo dotarcia do szerokiego grona odbiorców.

8. Zasoby szkoleniowe i społeczności zawodowe

Ciągły rozwój zawodowy jest niezbędny w szybko rozwijającej się dziedzinie. Ta sekcja wymienia kluczowe zasoby edukacyjne, kursy online i społeczności zawodowe, w których dziennikarze i menedżerowie mediów mogą pogłębiać swoje umiejętności w zakresie danych i być na bieżąco z najlepszymi praktykami w dziennikarstwie danych.

The Data Journalism Handbook (Tom 1 i 2)

Kategoria: [Szkolenie | Odniesienie | Dziennikarstwo danych] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://datajournalism.com/read/handbook/two>

Data Journalism Handbook to kompleksowe dzieło referencyjne z otwartym dostępem, opracowane przez wiodących praktyków w tej dziedzinie. Obejmuje pełne spektrum dziennikarstwa danych — od znajdowania i czyszczenia danych po wizualizację, etykę i organizację redakcji — poprzez eseje, studia przypadków i praktyczne przykłady. Dostępne bezpłatnie online, jest niezbędną lekturą dla każdego dziennikarza lub redaktora pragnącego rozwinąć poważne zrozumienie raportowania opartego na danych.

Knight Center for Journalism in the Americas – Kursy online

Kategoria: [Szkolenie | MOOC | Dziennikarstwo danych] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://www.journalismcourses.org/>

Knight Center oferuje bezpłatne i niedrogie masowe otwarte kursy online (MOOC) na szeroki zakres tematów dziennikarskich, w tym dziennikarstwo danych, bezpieczeństwo cyfrowe, reportaż śledczy i opowiadanie multimedialne. Kursy prowadzone są przez doświadczonych praktyków i dostępne w kilku językach, w tym angielskim, hiszpańskim, francuskim i portugalskim. Przystępny punkt wejścia dla dziennikarzy poszukujących ustrukturyzowanego rozwoju zawodowego.

Global Investigative Journalism Network (GIJN)

Kategoria: [Społeczność zawodowa | Dziennikarstwo śledcze | Szkolenie] | **Poziom:** [Średniozaawansowany–zaawansowany]

Link: <https://gijn.org/>

GIJN to międzynarodowa sieć wspierająca dziennikarzy śledczych i danych na całym świecie. Jej strona internetowa publikuje przewodniki, zestawy narzędzi, materiały szkoleniowe i regularnie aktualizowane centrum zasobów obejmujące metody dziennikarstwa danych, OSINT, dochodzenia finansowe i bezpieczeństwo cyfrowe. Organizuje również Globalną Konferencję Dziennikarstwa Śledczego i utrzymuje katalog organizacji dziennikarstwa śledczego.

9. Produkty projektu CARL

Poniższe zasoby są oficjalnymi wynikami projektu CARL (Umowa o Dofinansowanie nr 101180139). Tworzą zintegrowany zestaw narzędzi i materiałów zaprojektowanych w celu wsparcia profesjonalistów medialnych



**Co-funded by
the European Union**

w rozwijaniu umiejętności w zakresie danych i wdrażaniu praktyk opartych na danych w swoich organizacjach. Wszystkie są dostępne bezpłatnie na dataforcreators.com.

D2.1 – Cyfrowa biała księga dotycząca analityki danych w mediach

Kategoria: *[Wynik projektu CARL]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://dataforcreators.com/library/digital-whitepaper-on-data-analytics-in-media/>

Cyfrowa Biała Księga CARL zapewnia teoretyczne i strategiczne podstawy projektu. Mapuje obecny krajobraz analityki danych w europejskich redakcjach, identyfikuje kluczowe wyzwania i możliwości oraz określa ramy transformacji opartej na danych. Skierowana do menedżerów mediów i liderów redakcyjnych szukających kompleksowego przeglądu tej dziedziny.

D2.2 – Kurs e-learningowy dla profesjonalistów medialnych

Kategoria: *[Wynik projektu CARL | Szkolenie]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://dataforcreators.com/learning/>

Bezpłatny kurs online w trybie samokształcenia, zorganizowany wokół czterech kolejnych modułów — od Data Aware do Insights Driven. Każda z dwudziestu lekcji łączy treści objaśniające, przykłady redakcyjne i ćwiczenia praktyczne. Odpowiedni dla dziennikarzy i profesjonalistów medialnych na wszystkich poziomach, bez wymaganego wcześniejszego doświadczenia z danymi.

D2.3 – Ramy dojrzałości danych i test samooceny

Kategoria: *[Wynik projektu CARL | Samoocena]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://dataforcreators.com/maturity-test/>

Interaktywne narzędzie do samooceny, które pomaga redakcjom ocenić ich obecny poziom dojrzałości danych w pięciu wymiarach. Wyniki zapewniają spersonalizowany plan rozwoju i kierują użytkowników do najbardziej odpowiednich zasobów edukacyjnych. Zaprojektowane dla zespołów redakcyjnych i menedżerów mediów.

D2.4 – Studia przypadków: Transformacja oparta na danych w organizacjach medialnych

Kategoria: *[Wynik projektu CARL | Studia przypadków]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*

Link: <https://dataforcreators.com/library/case-studies-data-driven-transformation-in-media-organisations/>

Zbiór 20 prawdziwych redakcyjnych studiów przypadków z partnerskich redakcji CARL w sześciu krajach europejskich. Każde studium przypadku ilustruje, jak organizacja medialna wykorzystała dane do poprawy zrozumienia odbiorców, strategii treści lub efektywności operacyjnej. Praktyczne odniesienie dla redaktorów i menedżerów szukających konkretnych przykładów dziennikarstwa opartego na danych.

Studium przypadku: Wykorzystanie analizy danych do wzmocnienia relacjonowania politycznego

Kategoria: *[Wynik projektu CARL | Śledcze dziennikarstwo danych]* | **Poziom:** *[Średniozaawansowany]*

Link: <https://dataforcreators.com/library/using-data-analysis-and-data-journalism-to-enhance-political-reporting/>

To studium przypadku analizuje, jak czescy dziennikarze wykorzystali analizę danych do śledzenia zachowań polityków w mediach społecznościowych i wzorców relacjonowania. Ilustruje praktyczne metody włączania danych do przepływów pracy w relacjonowaniu politycznym i demonstrowa wartość redakcyjną srukuryzowanego gromadzenia danych.

Studium przypadku: Jak czeski dziennik E15 wzmocnił swoją pozycję rynkową dzięki strategii treści opartej na danych

Kategoria: *[Wynik projektu CARL | Strategia treści]* | **Poziom:** *[Średniozaawansowany]*

Link: <https://dataforcreators.com/library/how-czech-daily-e15-boosted-its-market-position-with-a-data-driven-content-strategy/>

To studium przypadku dokumentuje transformację redakcyjną opartą na danych czeskiego dziennika E15, od analityki odbiorców po planowanie treści. Dostarcza replikowalny model dla redakcji pragnących używać danych do wyostrzania pozycjonowania redakcyjnego i rozwijania cyfrowej publiczności.

Ulotka #1 – Jak redakcje korzystają z danych w Europie

Kategoria: *[Wynik projektu CARL | Przegląd]* | **Poziom:** *[Wszystkie poziomy]*



Co-funded by
the European Union

Link: <https://dataforcreators.com/library/how-newsrooms-use-data-in-europe-to-focus-on-reporting/>

Zwięźły przegląd tego, jak europejskie redakcje aktualnie integrują dane ze swoimi redakcyjnymi przepływami pracy. Na podstawie ustaleń partnerskich organizacji CARL, ta ulotka podkreśla kluczowe trendy, wspólne wyzwania i pojawiające się dobre praktyki w różnych rynkach medialnych.

Ulotka #2 – Rozszyfrowanie Kodu Gen Z: Komunikacja z Następnym Pokoleniem

Kategoria: [Wynik projektu CARL | Strategia odbiorców] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://dataforcreators.com/library/leaflet-2-cracking-the-gen-z-code-communicating-with-the-next-generation/>

Ta ulotka bada, jak dane mogą pomóc redakcjom lepiej zrozumieć i dotrzeć do młodszych odbiorców. Przedstawia podejścia analityki odbiorców, spostrzeżenia specyficzne dla platform i strategię redakcyjne używane przez partnerów CARL do angażowania czytelników i słuchaczy pokolenia Z.

Ulotka #3 – Podcasty wideo: Jak Europejskie Media Adaptują Swoje Formaty

Kategoria: [Wynik projektu CARL | Dystrybucja i formaty] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://dataforcreators.com/library/leaflet-3-video-podcasts-how-european-media-are-adapting-their-formats-to-every-platform/>

Przegląd tego, jak europejskie organizacje medialne rozwijają formaty podcastów wideo i adaptują dystrybucję treści na różnych platformach. Zawiera spostrzeżenia poparte danymi na temat zachowań odbiorców, wydajności formatów i strategii platform zaczerpnięte z doświadczeń partnerów CARL.

Newsletter CARL #1 – Wprowadzenie i droga danych SME.sk

Kategoria: [Wynik projektu CARL | Newsletter] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://dataforcreators.com/library/carl-newsletter-1-introduction-sme-sks-data-journey/>

Pierwszy newsletter CARL przedstawia projekt i dzieli się drogą danych SME.sk, wiodącej słowackiej platformy informacyjnej. Opisuje, jak zespół redakcyjny zaczął integrować dane odbiorców w codziennym podejmowaniu decyzji i wyciągnięte wnioski.

Newsletter CARL #2 – Przedstawiamy Karjalainen

Kategoria: [Wynik projektu CARL | Newsletter] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://dataforcreators.com/library/carl-newsletter-2-introducing-karjalainen-and-their-carl-journey/>

Newsletter #2 przedstawia Karjalainen, fiński dziennik regionalny, i jego doświadczenia z projektem CARL. Opisuje punkt wyjścia redakcji, ich podejście do adopcji danych oraz narzędzia i praktyki, które uznali za najbardziej wartościowe.

Newsletter CARL #3 – Przedstawiamy Louie Media

Kategoria: [Wynik projektu CARL | Newsletter] | **Poziom:** [Wszystkie poziomy]

Link: <https://dataforcreators.com/library/carl-newsletter-3-introducing-louie-media/>

Newsletter #3 przedstawia Louie Media, paryskie studio podcastów narracyjnych i pierwsze feministyczne studio podcastów we Francji. Bada, jak firma zajmująca się narracyjnymi treściami audio podchodzi do danych odbiorców i specyfikę analityki w sektorze podcastów.

Dokument ten został opracowany przez Louie Media jako wiodącego beneficjenta produktu D2.5 w ramach projektu CARL. Więcej informacji o projekcie można znaleźć na dataforcreators.com.



**Co-funded by
the European Union**