

OneWorld Data Atlas maakt ingewikkelde data helder

Cijfers checken en daar iets moois van maken

OneWorld Data Atlas zet met behulp van open data wereldwijde vraagstukken overzichtelijk op de kaart. Na de start in 2013 is de website flink uitgebreid. Er zijn nu elf onderwerpen: van water via bevolking tot millenniumdoelen. Redacties kunnen nu kaarten in hun eigen huisstijl vormgeven of visualisaties en analyses van data in opdracht laten maken. Ellen de Lange, projectleider van OneWorld Data Atlas: 'We willen steeds meer maatwerk gaan leveren.'

Stel dat je een achtergrondverhaal schrijft over overgewicht wereldwijd. Je wilt weten hoeveel mensen te dik zijn in Libië en hoe zich dat verhoudt tot bijvoorbeeld Madagaskar. En stel dat het zweet je uitbreekt bij de gedachte dat je deze cijfers ergens in misschien wel vuistdikke, wollige rapporten moet achterhalen. Dan kun je opgelucht ademen als je ze met een paar muisklikken online ziet staan in de OneWorld Data Atlas. Op een overzichtelijke kaart of in een staafdiagram kun je de vergelijking tussen beide landen te bekijken. Daaronder staat een keurige analyse van het probleem overgewicht.

OneWorld Data Atlas brengt de ontwikkelingen van verschillende landen letterlijk en figuurlijk in kaart en vertaalt ingewikkelde data naar infographics, heldere analyses en factsheets, zodat ze voor een breed publiek begrijpelijk en toegankelijk worden.

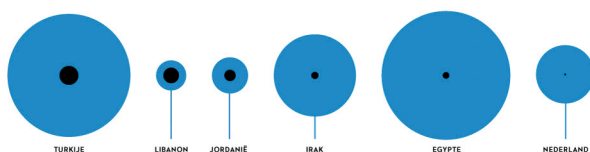
Datajournalistiek

Ellen de Lange, projectleider bij OneWorld Data Atlas, startte drie jaar geleden met het project. 'Dat deed ik vanuit mijn interesse in datajournalistiek, die op dat moment steeds

meer opkwam. Mensen zagen het belang in van open data en transparantie en van toegang tot overheidsgegevens. De OneWorld Data Atlas voorzag in die behoefte. Een gat in de markt voor ons. Het was destijds "in het land der blinden is een oog koning". Niemand hield zich ermee bezig en toen ben ik het gaan doen.'

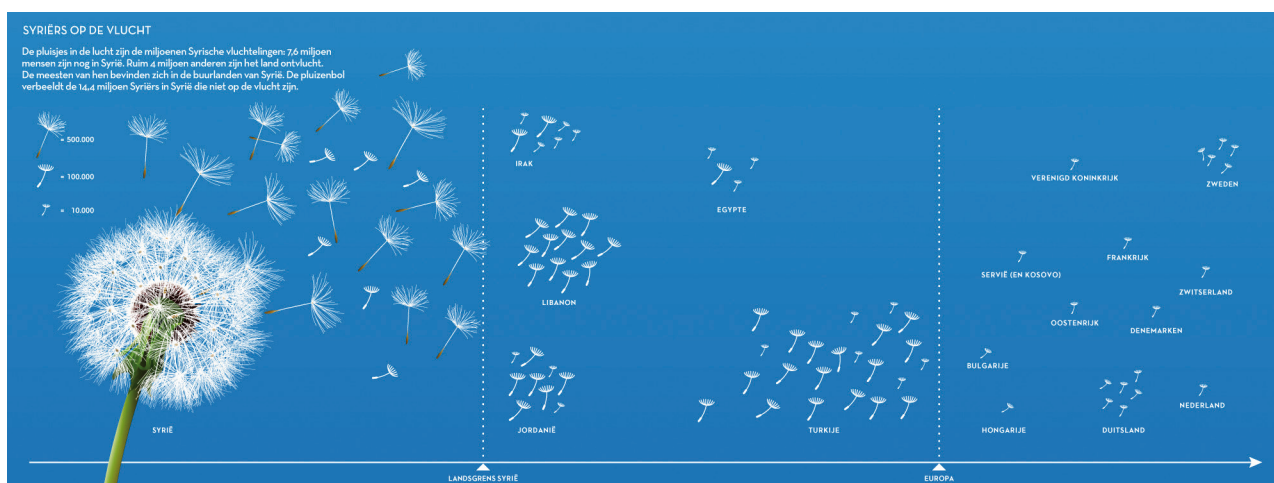
OneWorld Data Atlas is een onderdeel van OneWorld, uitgegeven door NCDO, centrum voor mondiaal burgerschap, en trekt zo'n twintigduizend bezoekers per maand. Op de website vind je helder weergegeven data van bronnen als de Wereldbank, niet-gouvernementele organisaties (ngo's), het Ministerie van Buitenlandse Zaken, de Verenigde Naties, universiteiten, kenniscentra en onderzoeksinstituten. Deze kaarten mag je gratis embedden op je eigen website of blog. Je bent vervolgens vrij om alle aangeboden data zelf verder te analyseren. Als je bijvoorbeeld het overgewicht in bepaalde landen onderzoekt, kun je met andere kaarten bekijken hoe dit in verhouding staat tot het aantal mensen dat honger lijdt of het aantal auto's per duizend inwoners in een land.

VOL - VOL? HOEVEEL MENSEN KAN EEN LAND ABSORBEREN?



Landen rondom Syrië vangen relatief veel vluchtelingen op. De zwarte stippen tonen het aantal vluchtelingen ten opzichte van de gehele bevolking in dat land (de blauwe cirkels). Turkije vangt de meeste vluchtelingen op, gevolgd door Libanon en Jordanië.

Als je meer dan drie getallen in een tekst gebruikt, **maak het dan visueel**



De driekoppige redactie van OneWorld Data Atlas begon met twee thema's: voedsel en water. Inmiddels zijn daar negen andere onderwerpen aan toegevoegd: bevolking, mobiliteit, grondstoffen, landbouw, gezondheidszorg, gezondheid, liefde en seks, man en vrouw en de millenniumdoelen.

'We zijn nu bezig om de site verder door te ontwikkelen en meer in te spelen op de actualiteit. Zo verzamelen we gegevens over het klimaatverdrag en de werelddoelen, de *sustainable development goals*, die de 193 lidstaten van de VN ondertekenden om een einde te maken aan extreme armoede, ongelijkheid en klimaatverandering. We monitoren in hoeverre de gestelde doelen gehaald worden. In het kader daarvan gaan we bijvoorbeeld onderzoek doen naar duurzaamheidsclaims van bedrijven. In hoeverre dragen die echt bij aan een beter klimaat?'

Feiten checken

'Daarnaast proberen we alles up to date te houden, al komen we daar niet altijd aan toe. Het maken van de kaarten is heel arbeidsintensief. Het visualiseren kan snel gaan, maar

vooral het checken van data en bronnen kost veel tijd. Soms zijn dat wetenschappers die we nabellen. We schakelen ook wel eens een expert in om bepaalde cijfers te interpreteren.' Mooi werk is het wel, vindt De Lange. 'Over sommige onderwerpen, zoals het vluchtelingenprobleem, is veel discussie. Je leest dan over tsunami's aan vluchtelingen. Ik vind het belangrijk om de feiten te checken, te bekijken hoeveel vluchtelingen er nu écht naar ons land komen en dat te visualiseren.'

De redactie probeert data zo dicht mogelijk bij de bron te verkrijgen. Zo werkte OneWorld Data Atlas samen met Track FM, een organisatie die data verzamelt via radiostations in Afrika. 'We wilden weten hoe belangrijk de toegang tot internet is voor mensen in rurale gebieden. Je kunt die informatie niet zo makkelijk vinden. Met behulp van het radiostation hebben we toen een oproep uitgezet onder de bevolking, zodat we dit in kaart konden brengen.'

De Lange is van plan om vaker zo te gaan werken. 'We ontwikkelen een tool waarmee internationale journalisten kunnen samenwerken. Afrikaanse journalisten kunnen zelf

gegevens uit hun land toevoegen. Voor ons is dit een goede manier om het realiseren van de werelddoelen te bekijken. Journalisten uit landen waar de informatie minder inzichtelijk is kunnen ons aan informatie helpen.'

Kaarten en grafieken in huisstijl

Aankankelijk maakten vooral ngo's, scholen en aardrijkskundelodocenten gebruik van de OneWorld Data Atlas. Nu beginnen ook redacties en journalisten er steeds meer de voordelen van in te zien. Om die reden ontwikkelde het team van OneWorld Data Atlas een Atlas 2.0. Gebruikers kunnen met een online tool kaarten en grafieken in hun eigen huisstijl maken die beter aansluit bij hun tijdschrift, krant of website.

'We werken ook steeds vaker in opdracht en hebben bijvoorbeeld samengewerkt met *Vrij Nederland* en onderzoeksbureau SOMO. Voor *Vrij Nederland* maakten we een visualisatie bij een verhaal over vrijhandelsverkeer van China in Afrika. Met SOMO deden we onderzoek naar belastingontduiking. Zij hadden al data, maar wisten niet goed hoe ze de analyse konden doen. Wij hebben de geldstromen van import naar export bekeken en zagen dat veel via Nederland liep. Van deze data hebben we een analyse gemaakt en die vervolgens gevisualiseerd.'

De opdrachten die OneWorld Data Atlas krijgt variëren van een eenvoudige infographic tot het onderzoek doen naar een bepaald onderwerp. 'We willen steeds meer maatwerk gaan leveren en we merken dat de behoefte eraan groeit. Onze stelregel is: als je meer dan drie getallen gebruikt, maak het dan visueel. De helft van de mensen is visueel ingesteld. Een grafiek of kaart werkt dan beter dan tekst.'

Daarnaast blijft het team experimenteren, zoals met kaarten waarbij de interactie nog groter is. 'We brachten alle Nederlandse wijken in kaart: wat is de bevolkingsdichtheid, de gemiddelde leeftijd, het aandeel allochtonen, de hoogte van de inkomens? Je kunt je eigen wijk



terugvinden en bekijken of het beeld dat je ervan hebt klopt met de werkelijkheid.' Hetzelfde deed de redactie met het thema duurzaamheid. Aan de hand van een test kun je bekijken hoe duurzaam je bent ten opzichte van de rest van Nederland en dat vervolgens terug zien in een grafiek.

We experimenteren met datasnacks: grafiekjes die je kunt delen op sociale media

De Lange: 'We experimenteren op dit moment met de zogenaamde datasnacks: grafiekjes waarin we een kleine hoeveelheid data verpakken. Die kun je vervolgens delen op sociale media.'

OneWorld wordt nu nog deels gesubsidieerd door het Ministerie van Buitenlandse Zaken, waardoor de redactie veel mogelijkheden heeft om te experimenteren. 'Maar we krijgen steeds minder geld,

dus het is van belang dat we de markt op gaan. Embedden van kaarten is gratis, maar voor het gebruik van de online tool moeten gebruikers betalen. De prijs hangt af van hoe vaak je wilt publiceren, hoe *customised* je het wilt hebben en bij ngo's ook hoe groot de organisatie is. Ook de opdrachten zijn natuurlijk betaald.'

De Lange hoopt de verdiensten vooral uit het maatwerk te halen en uit verbetering van de abonnementsdienst. 'We hebben al interessante samenwerkingen gehad, maar dat kunnen er nog meer zijn. Voor onze OneWorld-redactie hebben we eerder dit jaar een zogenaamde Dataweek georganiseerd met trainingen, lezingen en workshops. Ik denk dat het voor andere redacties ook een waardevolle toevoeging kan zijn om zoiets te organiseren. Zo kun je het onderwerp "data" wat meer laten leven onder de journalisten. Het is niet saai, maar juist leuk om cijfers te checken en daar vervolgens iets moois van maken.'