

**Европейская экономическая комиссия****Конференция европейских статистиков****Шестьдесят шестая пленарная сессия**

Женева, 18–20 июня 2018 года

Пункт 7 предварительной повестки дня

**Как донести до аудитории наш информационный послыл:
стратегические соображения по модернизации практики
сообщения статистических данных****Создание хорошей репутации и недопущение ошибок:
стратегии в области коммуникации для официальной
статистики в Соединенных Штатах****Записка Бюро трудовой статистики США***Резюме*

Соединенные Штаты располагают децентрализованной статистической системой, при которой многие учреждения в основном разбросаны по разным департаментам министерского уровня, при этом в рамках всей системы предпринимаются как индивидуальные, так и совместные усилия для представления качественных статистических данных широкому кругу заинтересованных сторон, включая поставщиков данных и пользователей данными.

Статистические учреждения США принимают ряд мер для информирования, создания (и укрепления) хорошей репутации и повышения доверия, а также планируют меры, которые могут быть приняты для решения проблем по мере их возникновения.

Бюро трудовой статистики США недавно приняло стратегию коммуникации во время кризисов с целью обеспечить создание необходимых инструментов для урегулирования непредвиденных проблем. В условиях существования социальных сетей и сиюминутного характера современного новостного цикла статистическим учреждениям необходимо быть готовыми к оперативному реагированию на резонансные события.

Данный документ представляется для обсуждения на семинаре Конференции европейских статистиков на тему «Как донести до аудитории наш информационный послыл: стратегические соображения по модернизации практики сообщения статистических данных», заседание 2: Коммуникационные кризисы – решение проблем и управление репутационными рисками.



I. Введение

1. Соединенные Штаты располагают децентрализованной статистической системой, при которой многие учреждения в основном разбросаны по разным департаментам министерского уровня, при этом в рамках всей системы предпринимаются как индивидуальные, так и совместные усилия для представления качественных статистических данных широкому кругу заинтересованных сторон, включая поставщиков данных и пользователей данными. С момента первой переписи населения в 1790 году до создания федеральных статистических служб в XIX и XX веках, а затем использования больших данных и искусственного интеллекта в XXI веке задаче надлежащего информирования о важной роли представления высококачественных данных всегда придавалось большое значение, которое сегодня, возможно, еще больше возросло. Доверие ко многим учреждениям подорвано, частые инциденты в сфере кибербезопасности приводят к тому, что отдельные лица и предприятия неохотно предоставляют информацию, а конкурирующие источники информации – подчас сомнительного качества – представляют собой одну из целого ряда проблем, стоящих перед статистическими учреждениями. Для решения этих проблем Бюро трудовой статистики США (БТС) и связанные с ним статистические учреждения создали новые каналы связи для передачи информации более широкой и разнообразной аудитории и изучают возможности радикальных изменений в сфере распространения информации в будущем.

2. В то же время статистические учреждения должны стремиться избегать ошибок, которые могут нанести вред их репутации, и должны быть готовы к решению проблем, которые могут возникнуть. Недавно БТС приняло стратегию коммуникации во время кризисов с целью обеспечить создание необходимых инструментов для урегулирования непредвиденных проблем. В прошлом качество статистики могло быть поставлено под сомнение в газете. Руководитель статистического учреждения мог после целого ряда проектов и пересмотров информации направить издателю письмо, которое скорее всего было слишком запоздалым и размытым. В условиях существования социальных сетей и сиюминутного характера современного новостного цикла статистическим учреждениям необходимо быть готовыми к оперативному реагированию на резонансные события. В принятой БТС стратегии коммуникации во время кризисов рассматриваются такие вопросы, как преждевременная или запоздалая публикация данных, инциденты, связанные с персоналом, и вопросы качества данных, поступающих от известных деятелей. При возникновении необходимости уже сформированная кризисная группа будет утверждать заранее подготовленное заявление, которое может быть быстро распространено через Твиттер. В таком заявлении может быть подтверждена какая-либо проблема (например, задержка с выпуском информации) или просто быть признано наличие какого-либо факта (например, критики). За такими заявлениями могут последовать более подробные сообщения, если того потребуют обстоятельства. Цель заключается в том, чтобы не начинать каждый раз с нуля при возникновении какой-либо проблемы.

3. Данный документ состоит из двух больших разделов, посвященных действиям, которые предпринимают статистические учреждения США для информирования, создания (и укрепления) хорошей репутации и повышения доверия, и действиям, которые могут быть предприняты для решения проблем по мере их возникновения. Применительно к упреждающим мерам по созданию репутации мы будем рассматривать новые подходы к распространению данных с целью охвата широкого круга пользователей. В отношении главным образом ответных мер, направленных на решение проблем и содействие недопущению ненужных ошибок, мы рассмотрим несколько сценариев, которые могут затрагивать статистическое учреждение, обсудим необходимость принятия каких-либо мер реагирования и изучим возможные варианты такого реагирования. В заключение мы попробуем спрогнозировать будущие усилия по поддержанию репутации, а также будущие проблемы, которые чреваты дестабилизацией статистической системы.

II. Информирование

4. Хотя статистическая система в Соединенных Штатах носит децентрализованный характер, в соответствии с законом и в силу традиций статистические учреждения сотрудничают друг с другом и следуют одним и тем же руководящим принципам. В 2017 году Главный статистик Соединенных Штатов взял на себя руководство усилиями основных статистических учреждений, направленными на разработку концепции и «дорожной карты» статистики США в XXI веке и последующий период. Эти усилия были ориентированы на ряд приоритетных областей, включая разработку качественных руководящих указаний в отношении использования альтернативных источников данных и расширение возможностей для квалифицированных исследователей иметь доступ к микроданным различных статистических программ. Благодаря этим усилиям была также признана важность улучшения информирования о ценности федеральной статистики. С этой целью статистические учреждения США уделяют особое внимание двум взаимосвязанным темам: как предоставлять статистическую информацию в более удобной для пользователей форме и как обеспечить предоставление этой информации более широкой аудитории.

5. По своей сути предоставление статистической информации может быть несколько прозаическим процессом. Цель заключается в том, чтобы дать объективную информацию и позволить другим интерпретировать ее и давать ей толкование. Однако при всем этом стремлении избежать тенденциозности можно пытаться внедрять новаторские подходы. Возьмем в качестве примера ежемесячную публикацию индекса потребительских цен (ИПЦ) США, который является продуктом Бюро трудовой статистики на протяжении более 100 лет. Как представляется, на протяжении почти всего этого 100-летнего периода Бюро не внесло значительных изменений в этот информационный документ. Разумеется, сегодня информацию можно получить через интернет, и она распространяется с молниеносной скоростью, однако ее выпуск в 2018 году очень похож на выпуск 1953 года. Изменился лишь шрифт и был добавлен один график, однако это не является значительным прогрессом за 65 лет.

Рисунок 1

Сопоставление ежемесячных публикаций индекса потребительских цен (ИПЦ) США

Публикация 1953 года

Публикация 2018 года

Issued February 27, 1953

U.S. DEPARTMENT OF LABOR
Bureau of Labor Statistics
Washington 25, D. C.

EXHIBIT 3-180
Moffatt - Ext. 55

CONSUMER PRICE INDEX
JANUARY 1953

Consumer Price Index Declines 0.2 Percent
Between December and January as Most
Prices Drop 1.9 Percent

Important

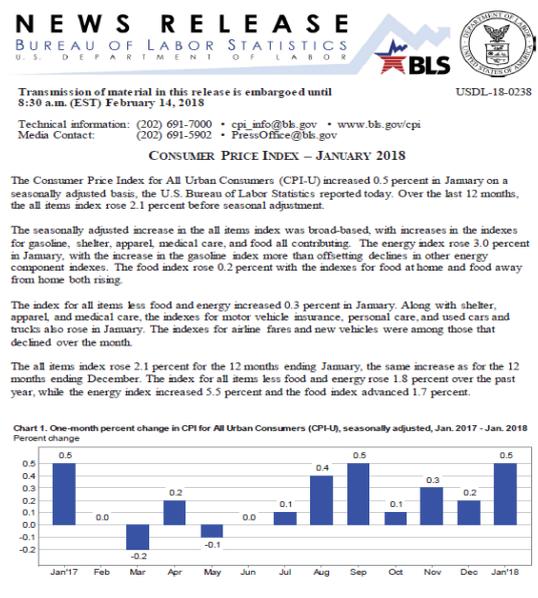
This report presents the Consumer Price Index for :
: January 1953 for the average of U.S. cities and for :
: individual cities. The measurement of price change :
: from December 1952 to January 1953 is based on the :
: revised index structure, incorporating revised :
: weights, an expanded sample of items and a revised :
: sample of cities, as announced in the Memorandum to :
: Users accompanying the December 1952 report. Infor- :
: mation about the index revision is available upon :
: request. See the General Explanation at the end of :
: this report.

Retail prices of goods and services bought by moderate-income urban families averaged 0.2 percent lower in January than in December according to the revised Consumer Price Index calculated by the U.S. Department of Labor Statistics. Chiefly responsible for the downward movement were generally lower prices for food and apparel, down on the average of 0.5 and 0.5 percent, respectively. The Reading and Recreation and the Personal Care group indexes, here available for the first time, were also slightly lower than a month ago. The Transportation and Medical Care indexes rose slightly over the month, while the Housing Index and the index for Other Goods and Services were unchanged.

Prices in most of the large cities priced both in December and January decreased over the month, and price decreases on the average were approximately the same for cities of all sizes.

The index for January 1953 was 115.9, calculated on the base 1947-49=100. This was 0.7 percent higher than a year ago. This index on the base previously used (1935-39=100) was 150.4.

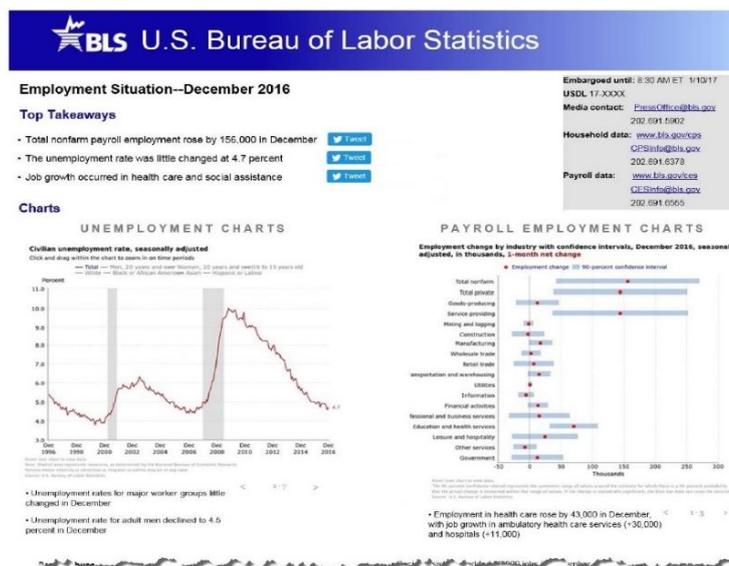
FOOD The U.S. food index, now based on 46 cities, declined to 113.1 (1947-49=100), 1.7 percent below a year ago, but 14.5 percent above June 1950. The decline over the month was due chiefly to lower prices for meat, poultry, and fish in most cities, and especially in large cities. Prices reported for beef and veal, lamb, and poultry, all dropped about a percent over the month. Pork prices showed about a 2 percent increase.



6. В настоящее время БТС предпринимает усилия по изменению формы представления информационных бюллетеней. Так называемые информационные бюллетени «следующего поколения» готовятся в форме веб-продукта, который также содержит открываемые кликом «мышки» определения, прямые ссылки на ряды данных и предоставляет возможность отправить твит-сообщение. Кроме того, Бюро экспериментирует с использованием методов машинного обучения, которые позволят компьютеру на основе имеющихся данных определять и записывать ключевую информацию. Оставаясь всегда беспристрастными и последовательными, компьютеры могут лучше, чем люди, избегать предвзятости.

Рисунок 2

Информационные бюллетени «следующего поколения»



7. Это лишь один из примеров усилий, прилагаемых статистическими ведомствами США с целью охвата более широкой аудитории. В последнее время эти учреждения также проанализировали различные используемые инструменты и форматы распространения информации и прилагают усилия для обмена передовой практикой и информирования об ошибках. Был подробно изучен ряд тем, таких как средства представления ежедневных привлекающих интерес новостей, часто с графическим компонентом, а также усилия по подготовке репортажей с использованием данных.

8. В рубрике повседневной информации Управление энергетической информации публикует новости на тему «Сегодня в секторе энергетики» и подготовленную БТС «Ежедневную экономическую сводку новостей». Эти и аналогичные продукты других учреждений содержат удобное для пользователей графическое представление текущей информации, как правило поступающей за последние несколько дней. Бюро переписи населения недавно добавило в свой веб-сайт рубрику «Америка подсчитывает: истории, скрывающиеся за цифрами». Размещаемые под этой рубрикой статьи предназначены для читателей, не имеющих специальной технической подготовки, и содержат данные, связанные с определенным контекстом. Например, в начале 2018 года в одной из таких историй рассматривалось число олимпийских спортсменов в разбивке по государствам. Другие учреждения имеют аналогичные продукты, например, продукт БТС «Что скрывается за цифрами». Бюро экономического анализа выпускает – с использованием остроумных названий – фактологические бюллетени, содержащие большой объем графических изображений, например «BEA-R Facts» – региональные бюллетени БЭА.

9. Все эти продукты имеются на веб-сайтах статистических учреждений, которые являются основными средствами распространения информации. Ежемесячно миллионы посетителей получают на этих сайтах миллионы элементов данных. Кроме того, статистические учреждения используют различные социальные сети, такие как

Фейсбук, Твиттер, Инстаграм и блоги. Также все большее распространение получают видеоматериалы, посвященные задачам и деятельности учреждений, методологиям, видам использования данных и многому другому.

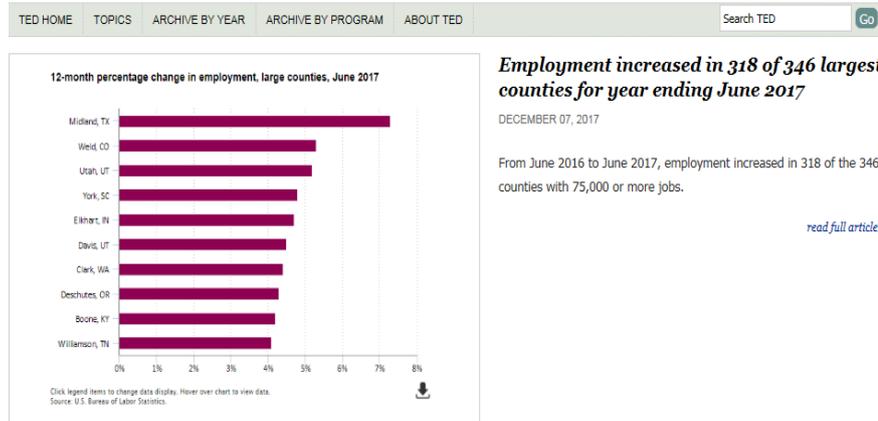
10. Учреждения также рассматривали вопрос о том, как оценивать эти различные новые продукты. Удовлетворяют ли они потребностям клиентов? Находят ли они новую аудиторию? Для того, чтобы убедиться в целесообразности потраченного на эти новые продукты времени, энергии и средств, используются информация от аналитиков веб-сайтов, данные об охвате социальными сетями, а также комментарии, позитивные или негативные оценки и другие параметры.

Рисунок 3

Примеры повседневной информации и новостных сообщений



TED: The Economics Daily



The screenshot shows the U.S. Census Bureau website. The main featured story is "America Counts: Stories Behind the Numbers". Below it are several sub-articles:

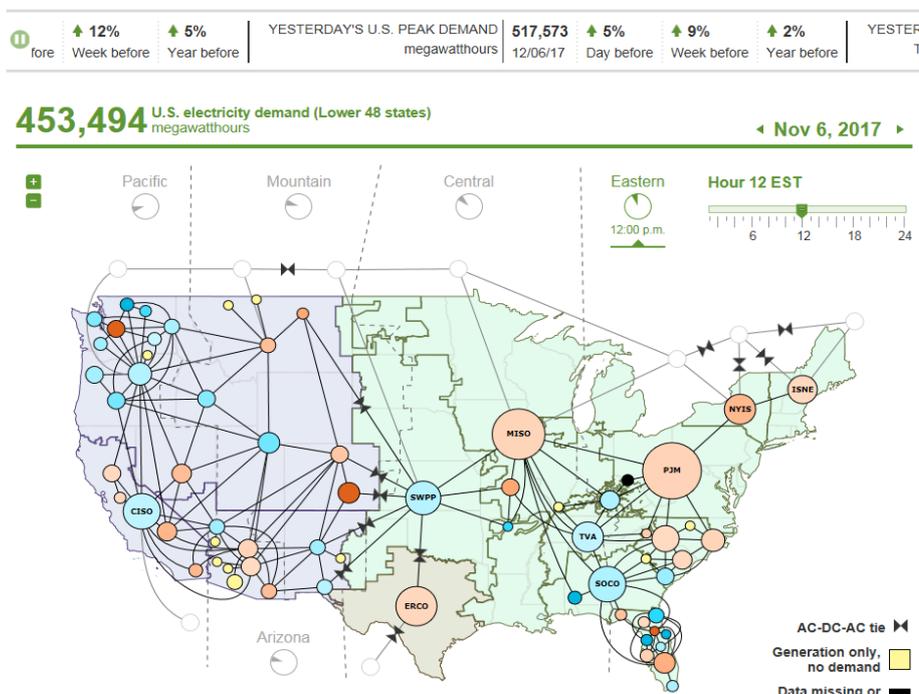
- SOCIAL, ECONOMIC CHANGE AFFECT DECISIONS TO MOVE OUT OF STATE** (Featured Story)
- Population**: America Counts: Stories Behind the Numbers
- A Detroit Home is a Neighborhood Refuge**
- Economy**: Retailers Hope Holiday Sales Are Ringing

11. После ознакомления с тем, что делают учреждения, внимание теперь обращается на обмен информацией между статистическими учреждениями. Разрабатываются планы по объединению творческого потенциала, лежащего в основе многих новых и различных распространяемых продуктов, с целью обеспечить обмен между всеми статистическими учреждениями их секретами, достигнутыми успехами и стоящими проблемами.

12. Что мы уже узнали? Статистическая информация не должна быть скучной и не должна быть просто взглядом на прошлую историю. В настоящее время прилагаются усилия к тому, чтобы предоставлять информацию почти в режиме реального времени. Веб-сайт Управления энергетической информации США в настоящее время включает инструмент оперативных данных системы электроснабжения США, который обеспечивает предоставление почасовых данных о работе системы электроснабжения. Это не данные прошлого года, прошлого месяца или прошлой недели. Это данные предыдущего часа. Благодаря доступу к различной административной информации, социальным сетям и видеоматериалам все больший объем статистических данных в будущем может представляться в режиме реального времени.

Рисунок 4

Инструмент оперативных данных системы электроснабжения США



III. Реагирование на вызовы

13. Однако все эти инновационные статистические продукты и платформы их распространения будут малоэффективными без доверия общественности к представляемой статистической информации. Чрезвычайные или спорные ситуации могут возникать неожиданно и быть неизбежными. Тем не менее определенное планирование может помочь усилиям в области коммуникации в связи с этими событиями.

14. Статистические учреждения США действуют согласно директивам в области статистики, утвержденным Административно-бюджетным управлением и обеспечивающим определенную независимость от изменений в стратегиях и политике. Это служит интересам системы США, и население может рассчитывать на то, что данные из года в год являются точными, своевременными и объективными, независимо от политических изменений. Однако директивы в области статистики не полностью защищают статистические учреждения от возможных кризисов, например,

возникающих в результате чрезвычайной или спорной ситуации. Бюро трудовой статистики США проводит инициативную деятельность по разработке кризисного коммуникационного плана с целью обеспечения готовности к преодолению кризисных ситуаций до их возникновения.

15. БТС определяет кризис как значимое событие, которое становится причиной существенного, часто продолжительного новостного освещения и пристального внимания со стороны общественности и способно нанести ущерб репутации и имиджу организации. Возникновение кризиса может быть ускорено чрезвычайной или спорной ситуацией.

а) к чрезвычайным ситуациям относятся пожары, ураганы, преступления или другие события, представляющие угрозу или как правило связанные с реагированием со стороны полиции, пожарных или медперсонала скорой помощи. Такое событие может нарушить процесс подготовки и своевременного представления статистических данных;

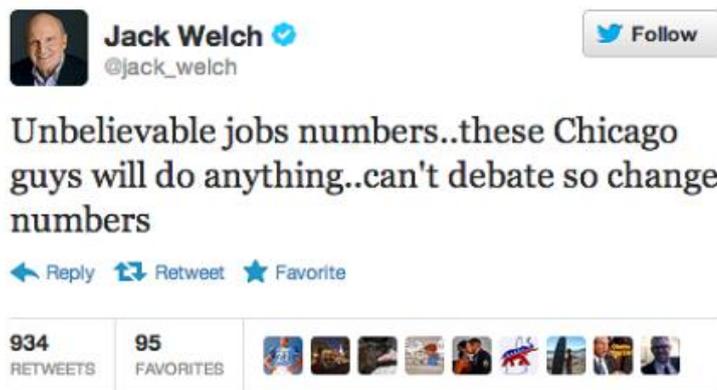
б) спорная ситуация более непосредственно связана с данными, которые готовит учреждение, например, с преждевременным представлением или задержкой в представлении данных или сомнениями в достоверности информации, полученной от известных деятелей. Такие ситуации могут подорвать репутацию статистического учреждения.

16. Обычно существуют стандартные оперативные процедуры реагирования на чрезвычайные ситуации, такие как процедуры эвакуации зданий и создание резервных средств для восстановления утраченных электронных данных. Однако последствия возможного нарушения процесса подготовки данных сложно спрогнозировать. Например, при приближении мощного урагана «Сэнди» к восточному побережью Соединенных Штатов в конце октября 2012 года предполагалось, что правительственные учреждения могут быть закрыты по причине объявления чрезвычайной погодной ситуации. Целый ряд средств массовой информации связались с БТС, чтобы узнать, скажется ли ураган на публикации данных о занятости 2 ноября – за несколько дней до президентских выборов. Хотя для подобного рода явлений и предусмотрены планы действий в чрезвычайных ситуациях, например, полный переход персонала на дистанционную работу из дома, на тот момент никакого кризисного коммуникационного плана не существовало. Журналистам было сказано, что Бюро сделает все возможное для своевременного представления данных (что и было сделано).

17. Спорные ситуации труднее решать в рамках стандартных процедур. Это особенно относится к случаям, когда такие ситуации обусловлены внешними факторами, например, когда известный деятель в своих высказываниях ставит под сомнение статистическую информацию. Например, вскоре после публикации БТС в октябре 2012 года – за месяц до президентских выборов – данных о занятости бывший руководитель компании «Дженерал электрик» разместил приводимое ниже твит-сообщение, упомянув «чикагских ребят» – сторонников президента Обамы, который проводил кампанию по переизбранию на второй срок.

Рисунок 5

Твит-сообщение бывшего руководителя компании «Дженерал электрик»



18. В связи с отсутствием кризисного коммуникационного плана у БТС не оказалось подготовленного ответа. В ответ на вопросы средств массовой информации были даны разъяснения относительно процесса подготовки данных и указано, что этот процесс не изменился.

19. Существующий в настоящее время кризисный коммуникационный план БТС имеет целью подготовить учреждение к решению подобного рода вопросов, когда в этом возникает необходимость. Руководящие принципы информирования в кризисных ситуациях включают в себя как можно более оперативное информирование о фактах, регулярное обновление информации по мере изменения обстоятельств и обеспечение безопасности сообщества БТС и бесперебойного предоставления основных услуг заинтересованным сторонам. Сообщения должны быть точными и ориентированными на известные факты, без каких-либо предположений. В процессе коммуникации должны участвовать различные средства массовой информации для предоставления как можно большему числу людей точных и своевременных сведений. Это особенно важно в первые минуты, часы и дни кризиса. Цель состоит в том, чтобы обеспечить прозрачность, подотчетность и доступность для всех заинтересованных сторон при одновременном соблюдении требований законности и неприкосновенности частной жизни.

20. В плане определены различные функции, в том числе группы по кризисной коммуникации, которая определяет и утверждает наиболее приемлемую для кризисной ситуации тактику представления сообщений. Это предполагает сбор и оценку фактов, определение необходимости публичного реагирования, координацию, по мере необходимости, с другими учреждениями, представление честных ответов и определение любых мер по исправлению положения. При разработке этого плана руководство БТС проанализировало 6 возможных сценариев, которые охватывают широкий ряд возможных кризисов:

- преждевременная публикация БТС закрытых данных;
- возможные задержки с представлением информации (обусловленные погодными условиями, эксплуатационными проблемами здания, вопросами, связанными с самими данными, сбоями в функционировании информационных технологий, сбоями в работе веб-сайтов);
- инциденты, связанные со служащими (резонансный арест, скандал в социальных сетях);
- серьезный инцидент, связанный со зданием или безопасностью (не имеющий отношения к публикации данных, например наводнение, отключение электроэнергии, пожар);
- возможное преждевременное представление закрытых данных государственным должностным лицом;

- публично высказываемые видными деятелями обвинения БТС в недобросовестности и/или постановка под сомнение необходимости/точности наших данных.

21. В соответствии с этим планом любой потенциальный кризис должен как можно скорее доводиться до сведения группы по кризисной коммуникации. После этого проводится анализ событий с целью определить, требуют ли они связанных с кризисом действий в области коммуникации. Исходя из приводившегося определения, если в конкретной ситуации задействованы средства массовой информации, то она, вероятно, является кризисной. Если репутации учреждения может быть нанесен ущерб, речь, вероятно, идет о кризисе. На начальном этапе то или иное событие может не удовлетворять этим двум критериям, однако оно может перерасти в нечто большее, превратившись в кризисную ситуацию. Все такие ситуации тщательно отслеживаются группой по кризисной коммуникации.

22. Ситуации, подпадающие под определение кризиса, требуют принятия соответствующих мер. В рамках этих мер БТС определило ряд *типовых заявлений*, которые легко могут быть применены к различным ситуациям и опубликованы в течение нескольких минут с момента возникновения кризисной ситуации. Например:

- Бюро трудовой статистики известно о возможном раннем представлении (**дата и название**) новостного сообщения. В ближайшее время будет дана более подробная информация.
- Бюро трудовой статистики изучает (**событие**), и в ближайшее время будет представлена более подробная информация.
- Поскольку речь идет о вопросе, входящем в круг ведения (**учреждение по чрезвычайным ситуациям, например по борьбе с пожарами**), на дополнительные вопросы в этой связи будет отвечать (**название учреждения**).
- Мы в курсе недавних публичных докладов, в которых были поставлены под сомнение некоторые данные Бюро трудовой статистики. Все сотрудники БТС должным образом выполняют свою работу с целью обеспечить, чтобы данные (**БТС или название программы**) отвечали наивысшим стандартам. Наши данные являются достоверными, а наши методы – прозрачными.

23. В зависимости от обстоятельств может быть сделано еще большее число заявлений по мере поступления информации. Например, при наличии проблем со зданием могут быть сделаны следующие заявления:

- В связи с (событием, например, отключением электроэнергии, разрывом водопровода, критическими погодными условиями, обнаружением подозрительного пакета и т.д.) здание штаб-квартиры Бюро трудовой статистики было закрыто (время и дата). Мы работаем с (организацией) над решением данной проблемы. Незапланированное закрытие здания, как предполагается, не повлияет на выпуск (дата и название) пресс-релиза от (время и дата).

24. К сожалению, БТС пришлось столкнуться с необходимостью использования этого кризисного коммуникационного плана, и он доказал свою эффективность. Инциденты, связанные с сотрудниками, а также потенциальные сбои, обусловленные погодой, получали освещение в средствах массовой информации и требовали ответных мер. Во многих случаях заранее подготовленные заявления использовались практически без изменений. Они могут использоваться для ответов на вопросы средств массовой информации – по телефону или по электронной почте – или же могут размещаться в качестве публичного заявления в интернете или социальных сетях. Во всех случаях после использования этого кризисного коммуникационного плана проводится посткризисная оценка. В ходе этой оценки все заинтересованные стороны изучают вопросы о том, что требует улучшения, какие изменения необходимо внести в план и что можно сделать по-другому в будущем.

IV. Перспективы на будущее

25. Сегодня информация имеется буквально под рукой, и ее можно получить мгновенно. Статистические учреждения США не всегда используют самые передовые методы распространения данных, однако продолжают добиваться успехов в этой сфере. Данные Управления энергетической информации, предоставляемые в режиме реального времени, являются хорошим примером того, как учреждения могут использовать административные источники данных, такие как сведения о банковских операциях и информации, полученную со сканеров розничной продажи или дорожных камер, для подготовки статистики следующего поколения. При рассмотрении этой статистики следующего поколения предстоит решить многие проблемы, не последними из которых являются качество и надежность данных. Необходимо также уделять внимание новым технологиям, которые в предстоящие десятилетия заменят наши мобильные телефоны и счета в социальных сетях. Статистические учреждения США будут продолжать изучать пути использования этих новых технологий, продолжая представлять точную, своевременную и объективную информацию, с тем чтобы помочь американцам принимать правильные решения.

26. Кризисы будут продолжаться. Это могут быть отличающиеся от нынешних кризисы, возможно обусловленные новыми технологиями. И хотя средства массовой информации могут меняться, всегда будет существовать необходимость в коммуникации. Разработка кризисного коммуникационного плана БТС предоставила руководству этого учреждения возможность заранее думать об отдельных чрезвычайных ситуациях и возможностях их урегулирования. Нет сомнений в том, что подготовленные заявления будут со временем меняться, а опыт, полученный после каждого события, будет способствовать улучшению этих заявлений. Такие инициативные обсуждения и заблаговременная подготовка этих заявлений сослужили учреждению хорошую службу во время кризисов и будут одним из важных элементов в арсенале статистической системы США в процессе ее развития для удовлетворения потребностей в XXI веке и в последующий период.
