

КОНФЕРЕНЦИЯ ЕВРОПЕЙСКИХ СТАТИСТИКОВ

Рабочая сессия ЕЭК ООН по коммуникации и распространению статистических данных (13-15 мая 2009 года, Варшава, Польша)

Окончательный доклад о работе совещания

1. Рабочая сессия ЕЭК ООН по распространению статистических данных и коммуникации проводилась с 13 по 15 мая 2009 года в Варшаве, Польша. В ней приняли участие представители следующих стран: Австралия, Азербайджан, Беларусь, Бельгия, Канада, Чешская Республика, Дания, Финляндия, Грузия, Германия, Ирландия, Испания, Италия, Казахстан, Литва, Люксембург, Норвегия, Польша, Российская Федерация, Словакия, Словения, Испания, Швеция, Швейцария, Соединенное Королевство и Соединенные Штаты Америки. Статистическое бюро Европейского сообщества (Евростат) и Организация Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР), были также представлены. Эксперт из университета Флоренции, участвовал по приглашению Секретариата.
2. Г-н Йозеф Оленски, председатель Центрального статистического бюро Польши, открыл заседание, приветствовал участников и определил ключевые вопросы, относящиеся к распространению статистических данных. Он подчеркнул важность качества данных – и обеспечения их полезности и широкого использования
3. Делегаты утвердили следующую повестку дня работы сессии:
 - (I) Управление коммуникацией и достоверность
 - (II) Платить или не платить: фандрайзинг, лицензии доступа и модели расходов
 - (III) Совершенствование внутренних коммуникаций: работать лучше вместе
 - (IV) Работа со средствами массовой информации
 - (V) Образование и информационная стратегия для общения с труднодоступными респондентами
4. Г-н Леон Остергаад (Дания) председательствовал на заседании. Следующие участники выступали в качестве организаторов сессии: г-н Леон Остергаад (Дания) по теме (I), г-н Петтери Баер (ЕЭК ООН) по теме (II), г-жа Френсис Комерфорд (Ирландия) и г-н Майкл Леви (США) по теме (III), г-н Дэвид Мардер (Соединенное Королевство) и г-н Кеннет С. Мейер (США) по теме (IV), и г-жа Коллин Фланнери (США) по теме (V).

Тема (I) - Управление коммуникацией и достоверность

5. Основное внимание уделялось управлению коммуникационной функцией в статистической организации. Обсуждение включало создание стратегических планов, общие коммуникационные проблемы и их решения, методы работы с ошибками в данных и предварительный/эмбарго доступ к данным. По данной теме было представлено большое количество документов, что свидетельствует о том, что вопросы распространения информации

и коммуникации в статистических организациях имеют важное значение. Существует очевидная связь между тем, как организована эта работа и тем, что может быть достигнуто.

6. Роль статистических организаций заключается в предоставлении информации и изучении информационных потребностей общества. Коммуникация является стратегическим инструментом для достижения этих целей. В процессе обсуждения было высказано мнение, что важно сосредоточить стратегические планы на нескольких первоочередных приоритетах (с тем, чтобы они были реалистичны. Важно обеспечить, чтобы вся организация была задействована в разработке стратегических планов для достижения большего, чем просто оперативный план для коммуникации. Стратегия включают в себя: привлечение новых личностей и профессий, для внедрения необходимых изменений, общение со всеми группами, которые принимают решения, и включение процесса обратной связи в ходе консультаций с пользователями.

7. Были рассмотрены вопросы, связанные с эффективным управлением веб-сайтами, что представляет собой проблему для многих организаций. Содержание и внешний вид веб-сайта должен быть согласованы, что может быть достигнуто путем внедрения стандартов. Организационная структура не должна определять организацию сайта. Использование «веб-персон» также обсуждалось. «Персоны» являются инструментом, используемым для иллюстрации основных групп пользователей на сайте, их потребностей в информации и модели поведения, определенных на основе анализа использования веб-сайта и фокус-групп. Они используются группами разработчиков на ранних этапах планирования развития статистического продукта для уточнения целевой аудитории и обеспечения ее потребностей.

8. Участники обсудили политику предварительного/эмбарго доступа и изучили различные подходы участников рабочей сессии. Многие организации имеют равный доступ к данным, что означает, что все получают доступ к данным одновременно. Другие предоставляют журналистам и политикам доступ к данным до их официального выпуска. Это может происходить в контролируемой "заблокированной" среде, в рамках статистического офиса, или с помощью других средств, как, например, защищенный паролем веб-сайт. Европейский кодекс практики и Фундаментальные принципы официальной статистики Организации Объединенных Наций содержат указания по независимости, равноправному доступу к данным и другим стратегическим вопросам.

9. Подходы в отношении ошибочной информации и поддержанию авторитета также обсуждались. Многие организации имеют четкую политику, как классифицировать и реагировать на ошибки в данных (т.е. скорее непредвиденные случаи, а не плановый пересмотр). Несмотря на то, что невозможно предвидеть каждый такой случай и потенциальную реакцию средств массовой информации, было решено, что такая политика важна для эффективного функционирования организации. Своевременность уведомления пользователей об ошибках и исправлениях может иметь решающее значение. Некоторые организации предоставляют уведомления об изменениях, прежде чем оно опубликовано на сайте, а другие стремятся предоставить исправления немедленно, и считают это ключевым фактором для сохранения доверия заинтересованных сторон.

10. Университет Флоренции представил модель, которая была разработана для оценки качества коммуникации статистики. Она представляет собой матрицу из ряда измерений, которые используемые вместе, дают общий показатель эффективности презентации. Последующая дискуссия подчеркнула, что качество содержания является основным компонентом любого статистического сообщения, а способ его представления и доведения до

пользователей играет решающую роль в том, достигнет ли информация целевой аудитории. Статистики имеют тенденцию делать много уточнений и оговорок, когда они публикуют статистические данные. Требуются соответствующее обучение и подготовка руководителей для обеспечения их сбалансированности по отношению к нуждам коммуникации, с тем чтобы информация доходила до пользователей. Использование специалистов в области коммуникации и журналистов в статистических организациях может оказаться полезным.

11. Другие замечания, высказанные в ходе обсуждения:

- Существуют несколько методов оценки эффективности коммуникации, такие, как отслеживание использования веб-сайтов и цитирования в СМИ. Поскольку статистические организации занимаются производством статистики, с помощью коммуникации следует количественно измерять их деятельность и успех, насколько это возможно.
- Статистические организации должны контролировать уровень нагрузки на респондентов, хотя в действительности другие государственные учреждения, оказывают больше давления на респондентов своими требованиями к отчетности.
- Кризис оказывают влияние на статистику за счет увеличения потребности в информации, которая будет предоставляться своевременно. Он также предоставляет возможность для пересмотра статистической программы и смены приоритетов среди уже существующей практики. Было высказано мнение о том, что кризис может быть наилучшим временем для внесения изменений в методы и практику, так как это может поставить под сомнение достоверность данных, в то время, когда их согласованность очень важна.
- Многие из выступлений в ходе этой сессии были связаны с внедрением новых организационных структур, практики и правил производства. Это зачастую требует изменения культуры и решения ряда проблем связанных с этим, таких как управление сопротивлением к изменениям и управление субъектам в процессе происходящих изменений.

Тема (II) - Платить или не платить: фандрайзинг, лицензии доступа и модели определения стоимости услуг

12. Возможность предоставления статистической информации, бесплатно или по определенной цене, была обсуждена в ходе работы сессии. Доклады участвующих организаций, показали, что многие предлагают сочетание платной и бесплатной информации. Как правило, статистический материал представленный на веб-сайте является бесплатным, а печатные издания, заказные индивидуальные таблицы, микроданные и стратегические данные, как правило, являются платными услугами. Сборы за индивидуальные услуги позволяют организациям контролировать число запросов и управлять последующим воздействием на ресурсы. Некоторые организации избегают индивидуальных услуг из-за отсутствия ресурсов, но могут использовать или изучать возможность использования технологий, которые помогут пользователям получать свои собственные заказные таблицы или файлы микроданных.

13. Обзор Европейской статистической системы (ЕСС) показал высокую степень схожести в практиках распространении данных различными национальными статистическими организациями. Евростат в настоящее время работает над разработкой “Устава политики распространения”, который будет включать в себя предложения по семи принципам,

касающимся доступа к статистике и микроданным, конфиденциальности, опубликованию, использованию и передаче данных:

- (I) равноправный и свободный доступ к статистике
- (II) равноправный и свободный доступ к метаданным
- (III) соблюдение конфиденциальности
- (IV) одновременное объявление и выпуск данных
- (V) бесплатное использование статистики
- (VI) бесплатная передача или коммерциализация статистики
- (VII) свободный доступ к микроданным для научных исследований

Эти принципы были представлены в качестве отправной точки для дискуссии, и участникам было предложено представить их комментарии Евростату. Эти принципы будут служить полезным руководством, но и из-за законодательных и иных причин, будет невозможно всесторонне их применять в каждой стране.

14. Опыт Австралийского статистического бюро (ABS) в осуществлении Creative Commons (система авторских прав) открытого стандарта лицензий обсуждался на заседании. При применении Creative Commons стандарта к содержанию в Интернете, использование свободно доступных статистических данных и, если необходимо, возможность для дальнейшей манипуляции и обмена может быть четко определена. В последние годы имели место призывы от сообщества пользователей к последовательности в практике применения положений и условий по статистической информации. Утверждение Creative Commons статистическими организациями поможет обеспечить ясность в сложных вопросах авторского права и предоставить преимущества, как для статистических организаций, так и для пользователей статистической информацией.

15. Важность наличия сети контактов, базы данных пользователей и управление отношениями с пользователями были также отмечены при обсуждении. Хорошие и прямые отношения с различными группами пользователей особенно важны для развития новых продуктов и услуг.

Тема (III) - совершенствование внутренней коммуникации: работать лучше вместе

16. Внутренняя коммуникация является одним из ключевых элементов успеха или неудачи, той или иной организации. В отличие от норм 1980-х и 1990-х годов, внутренняя коммуникация возникает не только в отношении человеческих ресурсов. Хорошая внутренняя коммуникация имеет важнейшее значение, для осуществления перемен в организации, для мотивации, обеспечения прозрачности, информированности, содействия участию в решении общих задач, установления стандартов, обеспечения доступа к централизованной информации и многое другое. От того, каким образом внутренняя коммуникация включает в себя весь внутренний обмен информацией организации, также может иметь существенное влияние на то, как организация обменивается информацией с внешним миром.

17. Проблемы внутренней коммуникации включают в себя преодоления организационной, географической, социальной и физической границы; неэффективность электронных сообщений, как постоянных и прозрачных видов коммуникации; и недостатки практики учета. Другие поводы для изменения включают в себя стремление сотрудников принять участие в принятии

решений; необходимость делать больше с меньшими ресурсами, а также признание позитивного влияния хорошей внутренней коммуникации на мотивацию сотрудников и эффективность рабочих процессов.

18. Некоторые организации рассматривают вопрос об использовании блогов, вики и социальных сетей, для решения некоторых из этих вопросов и для содействия обмену знаниями и общения между сотрудниками. Потенциал таких инструментов оказать негативное влияние на продуктивность, также был упомянут. Широкий обмен информацией, с помощью блогов, например, может способствовать утечке информации. Однако, если организация имеет высокую степень оборота, важность хорошего интранета и других внутренних коммуникационных систем/процессов имеет более важное значение.

19. Инструменты являются лишь одним из аспектов, которые необходимо учитывать при разработке стратегий, направленных на улучшение внутренней коммуникации. Важным вопросом является, поощряет ли атмосфера организации обмен информацией и открытое общение. Если организация признает важность внутренней коммуникации, она найдет соответствующие инструменты и процессы для ее осуществления.

20. Другие вопросы, поднятые в ходе обсуждения, были:

- Двусторонний механизм коммуникации, такой, как организация деятельности или интервью о личном развитии, семинары размышления, семинары и неофициальные обсуждения, могут играть важную роль в улучшении внутренней коммуникации.
- Было отмечено, что несколько статистических организаций приобрели системы бизнес интеллекта для сбора и распространения информации о том, что происходит в глобальном статистическом сообществе. Было предложено, чтобы эти организации использовали эти ресурсы для создания совместной глобальной информационной системы.
- Период информационного общества создал проблемы для управления объемом информации, ее хранением и управлением версиями документов.
- В Евростате использование MediaWiki (программной платформы, на которой строится Википедия) для разработки онлайн-изданий считается хорошей идеей, поскольку она знакома пользователям, и они смогут быстрее разобраться, как с ней работать.

21. Эта тема, несомненно, заинтересовала участников многими темами для обсуждения и вопросами, которые она охватывает. Было высказано мнение, что эта тема должна быть продолжена на следующей рабочей сессии.

Тема (IV) - Работа со средствами массовой информации

22. Обсуждались последствия недавнего финансового кризиса для коммуникации в статистических организациях. Участники отметили, такие воздействия, как:

- значительное увеличение спроса на экономическую статистику
- рост спроса со стороны средств массовой информации на интервью с сотрудниками
- сокращение бюджетов, что привело к снижению частоты обследований и размера выборки

- давление на исследователей чаще предоставлять анализ и комментарии об экономической ситуации
- более частая проверка статистической методологии и данных, а также требования некоторых групп обеспечить точность статистических данных.

23. Решения и стратегия ответной реакции в настоящее время, включают:

- привлечение специальных экспертов для обсуждения подхода организации к кризису, и анализ качества и полезности их продуктов
- рассмотрение возможности проведения дополнительных обследований для удовлетворения потребностей в новой информации
- проведение более детального анализа данных (например, результатов ежемесячного обследования рабочей силы)
- акцентирование внимания на качестве информации, чтобы ответить на озабоченность по поводу точности
- акцентирование внимания на нейтралитете в сообщениях
- Канада проведет международную конференцию в июне 2009 года о том, как статистические организации могут отреагировать на финансовый кризис
- возможность создания "портала финансового кризиса" на сайте - эта идея была отвергнута из-за возможного короткого периода существования проблемы
- улучшение визуальной доступности экономических показателей на сайте

24. Работа Статистики Дании в мониторинге цитат в прессе в качестве показателя эффективности статистических пресс-релизов, вызвала дискуссию о том, как другие организации подходят к этому вопросу. Внутренняя система, разработанная в Дании, является инновационным подходом в управлении и распространении этой важной информации. Она используется для установления приоритетов публикации пресс-релизов, для выбора предметных областей и для инвестирования в разработку эффективных мер для коммуникаций и обеспечение обратной связи, осуществляемой в общении со средствами массовой информации.

25. На совещании были рассмотрены активные стратегии для создания прочных связей с центральными средствами массовой информации. Соединенное Королевство поделилось своим опытом общения со средствами массовой информации, который, как они считают, приведет к важным позитивным результатам. Эти средства массовой информации, как правило, более высокого качества по сравнению с другими источниками, и они имеют возможность распространить статистическую информацию большему числу людей. Преимущества сотрудничества с другими средствами массовой информации, такими как радио, телевидение и местные газеты, было также отмечено.

26. Важно выпускать точные и понятные пресс-релизы. Работа со средствами массовой информации требует терпения, понимания подходов, предоставления обучающих материалов и подготовки в области статистической методологии и представления информации и, в конечном итоге, укреплению доверия между обеими сторонами.

Тема (V) - Образование и информационная стратегия для общения с труднодоступными респондентами

27. Статистические организации сталкиваются с проблемой доступа ко многим респондентам для разных целей, таких как, проведение переписи населения или экономической переписи и других обследований . Каждая страна признает, что есть слои населения, с которыми трудно общаться, и гораздо сложнее заручиться их участием в обследованиях. Все признают, тенденцию к сокращению участия в проведении обследований и переписей.
28. На этой сессии изучались способы общения с населением, которое трудно достижимо , из-за таких факторов как разница в языке, грамотность, маргинализация, местонахождение, доступ к технологии и/или недоверие к государственным учреждениям. Презентации были сосредоточены на информационной деятельности в отношении переписей сельского хозяйства, бизнеса, населения и жилищного фонда. Они включали примеры методов для анализа восприятия и потребностей респондента (например, фокус-групп и интервью) и кампаний, которые подчеркивают правовые требования и их важность для респондентов. Во многих случаях, исследования показали, что распространение информации о преимуществе проводимых переписей, через людей уважаемых в обществе, было более эффективным, чем распространение информации через органы власти.
29. Доклады организаций обращают внимание на некоторые общие задачи и проблемы, такие, как отсутствие ресурсов; постоянные языковые барьеры, а также установления доверия и авторитета. Еще одним важным вопросом для организации и проведения переписи раз в десять лет - или первой переписи после долгого перерыва - является тот факт, что нерегулярное проведение переписи создает проблемы с сохранением необходимых организационных знаний и опыта. Раннее планирование и осуществление информационных кампаний очень важно. Организации сочли полезным анализ уроков, извлеченных из проведения переписи или обследования, и его использование для планирования работ следующего раунда.
30. Стратегия борьбы с нехваткой ресурсов, может включать в себя договор с правительством для увеличения финансирования, с четким указанием последствий влияния сокращенного финансирования на качество статистической информации. Одна из стратегий коммуникации для преодоления языковых барьеров, используемой в ходе переписи населения, заключается в обучении детей через школьные образовательные программы. Это является эффективным способом как для повышения уровня информированности и поощрения детей, в оказании помощи в переводе и заполнении формы переписи, которая написана на языке, отличном от того на котором говорят дома.
31. Рассматривался вопрос о том, как довести законодательные требования такие как, например, об обязательном заполнении форм переписи населения и обследований, о ложных ответах или обязательных/необязательных вопросах. Анализ респондентов и целевых групп показал необходимость ясно сообщать, что ответы требуются по закону. Включение вопросов по этнокультурным особенностям, варьируется от страны к стране.

Будущие темы и план работы

32. Предложения для будущих тем, были высказаны в ходе работы небольших групп и пленарных обсуждений:

- (I) Creative Commons: Риск и возможности, альтернативы Creative Commons
- (II) сессия по социальным медиа, новые медиа, Web 2.0: бизнес случаи, наилучшие примеры и извлеченные уроки
- (III) «Персоны» или другие способы выделения пользователей
- (IV) Системы управления содержанием
- (V) Системы обратной связи для сайтов
- (VI) Управление коммуникацией в условиях кризиса: как исправить ошибки, и сообщать об ошибках и неправильной интерпретации
- (VII) Развитие услуг и отношений с предприятиями и корпорациями
- (VIII) Культура организации, средства и стратегический подход к внутренней коммуникации
- (IX) Стратегические коммуникационные планы
- (X) Внутренние обзоры
- (XI) Обмен лучшей практикой, путем выявления и приглашения представить специальные доклады: например, структура сайта, краткосрочные экономические показатели, краткосрочная экономическая статистика, методы оплаты за статистические услуги
- (XII) вернуться к презентациям прошлых лет, посмотреть что изменилось
- (XIII) тематические исследования по поиску накопленного опыта, например, подход к разработке сайта в Швеции

33. Были высказаны предложения относительно будущих продуктов группы:

- (I) подготовить руководство (рекомендации) по стандарту структур статистического сайта для облегчения общения между статистическими организациями
- (II) Обновление руководства “Общение со средствами массовой информации”(2004), с учетом нынешних средств массовой информации, и привести его в формат серий “Как сделать данные значимыми”
- (III) Обмен кризисными планами
- (IV) Руководство и контрольные списки для:
 - a) коммуникации во время кризиса
 - b) внутренней коммуникации
- (V) Создание веб-сайта с лучшими практиками
- (VI) Создание форума / социальной сети, где обсуждения могут быть продолжены между работой сессий

34. Другие замечания о деятельности группы:

- (I) участники высоко оценили возможность провести открытый и откровенный обмен мнениями
- (II) Будет полезно иметь на сайте больше информации о средствах массовой информации (media corners)
- (III) Полезно, когда презентации содержат конкретные примеры
- (IV) материалы из серии, “Как сделать данные значимыми”, должны быть переведены на русский язык
- (V) Существует ряд доступных ресурсов, о доступе к микроданным, опыте в области распространения и коммуникации результатов переписи и т.д.
- (VI) Организационные доклады-отчеты очень полезны и должны быть продолжены: они помогают определить будущие темы для обсуждения