



РОЛЯТА НА УСПЕШНАТА КОМУНИКАЦИЯ ОТНОСНО СТАТИСТИЧЕСКАТА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ДОВЕРИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ И РЕСПОНДЕНТИТЕ

*Антоанета Илкова**

В края на май 2013 г. в Берлин се проведе конференция на ИКЕ на ООН по проблемите на комуникацията относно статистическата информация, в която участваха представители на 35 статистически и други организации от цял свят.

Конференцията е регулярна и включва обсъждане на текущите и бъдещите инициативи в областта на комуникацията, свързана със статистическите продукти и услуги, споделяне на добри практики и иновационни идеи за осъществяване на бъдещи комуникационни дейности. В работата на конференцията бяха очертани най-важните съвременни тенденции в областта на комуникациите.

I. Преминаване от печатни към електронни публикации

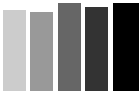
При откриването на конференцията г-жа фон Опелн-Бронковски, ръководител на дирекция „Стратегия, международни отношения, изследвания и комуникации” в статистическата служба на Германия (DESTATIS), в приветствената си реч към участниците подчерта значението на успешната „комуникация относно статистическата информация”, която през 2010 г. заменя дейността „разпространение на данни”, като изясни разликата между традиционното разпространение и комуникацията, свързана със статистическата информация, при която активна роля имат и потребителите. В резултат на комуникацията с тях статистическите служби разбират пряко техните изисквания, препоръки и потребности. Отбелязано беше, че при една ефективна комуникация се получават много добри продукти и услуги (наистина потребителски ориентирани) и се взимат успешни решения относно производството на статистически данни и каналите за разпространението им. Подчертана беше необходимостта от допълнителни усилия от страна на експертите в комуникаци-

* Главен експерт в отдел „Административно обслужване“, НСИ; e-mail: ailkova@nsi.bg.

ята с потребителите. Споделен беше опитът на DESTATIS в общуването с потребителите по време на последното преброяване на населението. Очертани бяха основните групи комуникационни партньори на DESTATIS и използваните различни комуникационни средства при общуването с тях.

Проф. д-р Кристофър Строк, управляващ директор на водещата в Германия компания за стратегически проекти HERING SCHUPPENER, очерта най-важните цели в развитието на комуникацията. Той определи добрата репутация като ключов елемент за стабилността на взаимноизгодни отношения между дадена статистическа организация и нейните потребители. Подчертано беше значението на процеса за определяне на целите за постигане на резултати, както и определяне на потенциала, който е нужен на организацията за постигането на набелязаните цели. Необходимо е да има яснота кои цели на статистическата организация се нуждаят от подкрепа с комуникационни средства. Същевременно е необходимо повече експерти от системата да бъдат включени в процеса на комуникация относно статистическата информация. Изтъкнато беше, че не статистическите служби трябва да определят какво искат да получават потребителите, а потребителите да определят какво да се произвежда. Направено беше обобщение, че не трябва да се забравя формулирането на целта, тъй като няма прогрес без ясно определена цел.

Статистическата дирекция към ООН направи презентация за използването на Statistical Data and Metadata eXchange (SDMX) при обмена на данни по Millennium Development Goals Indicators между националните статистически служби и международните агенции. Целта, която си поставят, е да се започне с малък и несложен проект, при който докато се работи с няколко основни инструмента и малък набор от показатели, да се изгради доверие и разбиране сред потребителите в страната, както и в края на изпълнението на проекта да има визия, която да показва, че организацията има знания и средства да се развива. Технически проектът представлява средство за редистрибуция и визуализация на национални данни, чрез който потребителят получава автоматично данни от регистрите на отделни страни, което улеснява анализа на данни.



Фондът на ООН за населението (UNFPA) представи инструмента „Анализ на състоянието на населението” (Population Situation Analysis (PSA), който е концептуално и методическо ръководство и изразява ангажимента, поет от UNFPA, за включване на показателите: динамика на населението, репродуктивно здраве и равенство между половете в националните стратегии за развитие при изрично спазване на правата на човека. Издаденото през 2011 г. ръководство - първоначално като традиционна публикация, е послужило като основа на съдържанието на създадения през 2013 г. интерактивен уебсайт. За да бъде достъпен за по-широка аудитория, съдържанието на сайта е преведено на английски, френски, руски, испански и арабски език.

UNFPA представи и уебплатформата POPClimate, която има за цел да обедини в една световна общност производителите на данни за климата, учени, политици и практики, за да се създадат условия за по-добро разбиране на данните за изменението в климата и адаптация на пространствения анализ на данните от преброяванията на населението.

В презентацията на статистическата служба на Словения беше обоснована необходимостта от използване на видео за комуникация с външни потребители. Новинарските компании например разпространяват информация, като използват комбинацията между публикуването на текст и статични изображения в печатни издания с информация, публикувана на уебсайтове, и използването на аудио- и видеофайлове. Тези мултимедийни техники имат съществено отражение върху комуникацията с публиката. Това се отнася не само за медийните институции, но и за всяка друга организация, чиято мисия е разпространение или обмен на информация. Следователно новите комуникационни канали са важно предизвикателство за националните статистически служби. Едно от предизвикателствата пред тях е поддържане на стабилност в производството на статистически данни, което помага да се убедят потребителите и доставчиците на данни да се доверяват безусловно на качеството на статистическите продукти и услуги. Накратко, статистическите служби трябва да насочат вниманието си към растящото многообразие от комуникационни канали.

Подчертано беше, че в словенската статистическа служба се работи статистическата информация да бъде интересна и разбираема от широката общественост. За целта статистиците трябва да използват обикновен, разговорен език при интерпретацията на статистически данни за публична консумация вместо специализирания професионален език. Потребителите не са достатъчно статистически грамотни, за да разбират смисъла на чисто статистическите данни, от което произтича задължението при публикуването на официалната статистика да се използват атрактивни средства. Видео като канал за комуникации с потребителите вече активно се използва и дава положителни резултати. Видеозаписите (само на словенски език) обикновено се публикуват на сайта на словенската статистическа служба около три часа след провеждането на пресконференциите.

Целите на публикуването на тези видеоклипове на уебсайта на словенската статистическа служба са:

- Разпространение на записи, които са интересни за различни групи потребители
- Възможност на журналистите за достъп след пресконференция до представената статистическа информация, която ги подпомага при изясняване на допълнително възникнали въпроси
- Достъп на журналистите, които не са могли да присъстват на събитието
- Достъп на младите статистици с образователна цел
- Документиране на събитието в случай на неправилно използване или злоупотреба с данни от журналисти. Според словенския закон за медиите статистическата служба има право на отговор или корекция на публикуваната информация
- Архивиране на записите от събитията.

Публикуването на видеозаписи от пресконференциите започва през 2011 година. Въпреки че презентациите са достъпни на уебсайта на словенската статистическа служба, желанието от страна на журналистите да присъстват на пресконференции остава непроменено. Същевременно този канал може да се използва за обясняване на резултатите от



статистическите изследвания на журналистите, като им се показва как да тълкуват данните. Тези видеоматериали се публикуват едновременно с публикуването на прессъобщенията.

Окуражени от този опит, в словенската статистика вече се използват и кратки видеоизявления (1.5 - 3 минути) на статистиците - автори на информацията. С обикновени изречения и термини те обясняват акцентите на статистиката, като използват най-малко числа (доколкото е възможно) и като се запазва информативността на изявлението. За да бъде представена информацията във вид на естествен разговор, служител пиар задава два-три въпроса, на които статистикът отговоря кратко.

Националната статистическа служба на Обединеното кралство представи своя опит в областта на преминаването от печатни към уеббазирани електронни публикации. Подчертано беше, че необходимо условие за успех при прехода е първоначално да се разработи цялата система от уеббазирани публикации и след това да се пристъпи към редуциране на традиционните печатни и електронни издания. Беше отбелязано, че преходът към уебпубликуване изисква адекватни инвестиции в персонала, като се повишава квалификацията на специалистите, подкрепени от ангажимент да се инвестира в непрекъснати подобрения. Подчертано беше, че преходът от печатни към уеббазирани публикации изисква много и трудна работа за промяна на културата на работещите в институцията, която изисква от участниците усвояването на цифров начин на мислене. Целта, от която се ръководи статистическата служба при осъществяването на тази трансформация, е да се разшири достъпът на широката общественост до резултатите от статистическата дейност, както и да се предостави по-голяма яснота по отношение на използваемостта на каналите за комуникация, свързана със статистическите продукти и услуги.

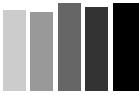
Особено внимание се отделя на ключовите аспекти на този преход - например използването на софтуерни програми за цифрово преобразуване, възможностите за разпространение на информацията чрез уебпубликуването, проблемите, които възникват в процеса на трансформацията, резултатите и поуките от прехода.

II. Промени в комуникациите

Националната статистическа служба на Обединеното кралство (ONS) направи две презентации относно дейността си по промяна на средствата и каналите за комуникация с потребителите. В първата от тях беше представена информация как се използват интерактивни графики, видео и инфографики за разпространение на статистически съобщения и как се подобрява разбирането на статистическите данни от страна на различните потребителски групи. Специално бяха изтъкнати ползите от използването на инфографики за илюстриране и създаване на „истории“ за данни. Демонстрирани бяха конкретни видеоматериали и беше отбелязано, че съчетаването на видео и инфографики прави комуникацията с потребителите още по-ефективна. Беше подчертано, че новите технологии са направили по-лесно и по-рентабилно използването на интерактивните средства за визуализация в комуникацията. Ползата от въвеждането на новите средства за интерактивна комуникация се съдържа във възможността за производство на интригуващо съдържание, което дава на потребителите широк набор от възможности за избор на най-удобното средство за различните групи потребители.

От 2011 г. са публикувани над 130 инфографики и видеоматериали по статистически теми и е получена обратна информация за тях от различни потребителски групи: учителите ги използват при провеждането на учебни занятия; медиите - при публикуването на онлайн материали, а журналистите използват графиките повече от традиционните средства при изготвянето на прогнози. Потребителите изразяват голямо задоволство от използването на социалните мрежи като средство за комуникация относно статистическата информация (особено на графиките).

Във втората презентация Националната статистическа служба на Обединеното кралство представи акцентите при преминаването от традиционните средства за визуализация на данни към нови платформи. Чрез използването на HTML5 статистическата служба произвежда привлекателни и разбираеми визуализации на сложни статистически въпроси, използвайки наличните статистически данни. Беше отбелязано, че новите технологии дават възможност за производство на модерни визуализации



на статистическите данни с широко обществено одобрение. Възможностите, които визуализациите дават за публикуване на различна по вид статистическа информация - текст, метаданни, кратки анализи, прогнози, данни и т.н., представляват огромна възможност за разширяване на броя на удовлетворените потребители.

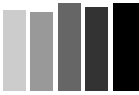
Презентацията на ЮНЕСКО (UNESCO) беше насочена към привличането на нови потребители, като се използват нови визуализационни средства. Подчертано беше, че сайтът на ЮНЕСКО е основен източник на информация за над 200 страни и територии. Присъстваше информацията относно дейността в сферата на визуализирането на данни, като основната цел, поставена при разработването на визуализационни средства, е да се привличат и задържат потребителите. Организацията добавя интерактивни функции към публикуваните графики, илюстриращи определени статистически данни, както и започва да създава т.нар. истории - например „61 милиона деца по света не ходят на училище”. Целта на организацията е да се предоставят повече изследователски възможности и средства за използване на информацията. С цел повишаване на привлекателността на данните за определени групи потребители в ЮНЕСКО са разработили нов „забавен” продукт - игра на пол и образование (Mind the gap: Gender and Education - <http://www.uis.unesco.org/Education/Pages/mind-the-gap.aspx>), предназначен за по-младата аудитория. Подчертано беше, че всички тези усилия са довели до увеличение на броя на потребителите на статистически данни на уебсайта на ЮНЕСКО.

Представителят на Федералната статистическа служба на Швейцария отбеляза значението на мобилните устройства като средство за достъп до информация особено по време на път. В презентацията беше акцентирано, че само редианът на традиционните сайтове вече не е достатъчен като средство за достъп до огромното количество информация в интернет и като отговор на предизвикателствата на нарастващото използване на мобилни устройства за достъп до информационните потоци. Необходимо е да се направят по-съществени промени в съдържанието на публикуваната информация в сайта на статистическата служба с цел осигуряване на независимо управление и достъп чрез различни

каналите и устройствата, с което да се гарантира използването на съдържанието при заявки за търсене в информационните потоци. Същевременно беше подчертано, че значението на традиционните публикации и онлайн продуктите се запазва. Целта е обогатяване на каналите за комуникация, а не подмянето им, тъй като от изключителна важност е потребителите да достигат до пълното съдържание на информацията. Затова и услугите, предоставяни от статистическите служби, трябва да бъдат насочени именно към подпомагане на потребителите в намирането на търсените от тях данни.

Статистическата служба на Канада представи своя опит при прилагането на нов подход при онлайн комуникация и взаимодействие между служителите и потребителите. В момента сайтът им е най-богатият правителствен информационен портал, който съдържа над 8 милиона страници с информация за различни аспекти от живота на канадското общество и регистрира над 20 милиона посещения на година. Целите, които си поставя статистическата служба, са насочени към намирането на ефективен начин за по-широка комуникация с потребителите. Статистическата служба упълномощава част от своите служители да публикуват информация относно статистически проекти и програми в обществени електронни медии. Тя също насърчава заинтересуваните страни и широката общественост да коментират онлайн съдържанието на информацията. Освен това се използват и безплатните социални медийни платформи (Twitter, Facebook и YouTube). Споделено беше, че първоначално е имало отрицателно отношение към социалните медии като средство за забавление на тийнейджърите, а не като канал за разпространение на информация, който да отговаря на имиджа на държавна институция. Впоследствие, след бързото разширяване на интернет общността, става ясно, че социалните медии предлагат ново измерение на комуникацията чрез насърчаване на обмен на информация в реално време. Програмата на статистическата служба на Канада относно използването на социалните медии се оказва изключително успешна.

Представителят на Грузия акцентира върху използваната цифрова



стратегия при разпространението на данни: онлайн въпросници, бази данни от административни източници и различни канали за предоставяне на данни като например съобщения за пресата, андроид, PC-Axis за уебразпространение, национална система за архивиране на данните и бизнес портал. Създаден е и онлайн форум и страница във Facebook, където потребителите могат да обменят своите виждания за публикуваните от грузинската статистическа служба данни, да задават въпроси или да поръчват данни. Беше отбелязано, че чрез тези уеббазирани средства за визуализация дейността на службата става по-прозрачна и нараства доверието на потребителите в нея. Независимо от постигнатите добри резултати продължават да се провеждат регулярните изследвания за удовлетвореността на потребителите и срещи с представители на различните потребителски групи.

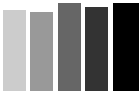
Представителят на Бюрото за преброяване на САЩ запозна участниците с новата правителствена стратегия за разпространение на информация чрез различни дигитални платформи. Като част от правителствената структура Бюрото е задължено да подобрява достъпа на потребителите до статистическите данни, като използва информационно насочен и потребителски ориентиран подход. Беше подчертана важността при разработването на новите платформи за комуникация да се има предвид използването на мобилни устройства за онлайн достъп до статистическата информация (т.е. информацията да бъде адаптирана и за достъп от мобилни устройства). Реализират се нови дигитални инициативи, включително нови мобилни приложения, онлайн портали и обновяване на сайта. Поставен беше акцент върху значението на вътрешните комуникации в Бюрото и бяха приведени примери за прилагането на новата мисия на Бюрото - „яснота при данните”.

III. Разбиране и отговаряне на потребителските нужди и изисквания

Националната статистическа служба на Обединеното кралство представи предизвикателствата и възможностите за идентифициране и отговор на нуждите на потребителите. В Обединеното кралство потребителите и респондентите на статистически данни са различни - в зави-

симост от своите интереси, среда и възприемане на статистическата информация. Това създава среда, богата на възможности за ангажираност на потребителите към комуникацията на данните и оценката им. През октомври 2012 г. е създадена работна група за разработване на възможности за развитие и споделяне на добри практики в рамките на Националната статистическа система (НСС). Текущите приоритети в работата на екипа са насочени към подобряване на комуникацията относно статистическата информация и разбиране и отговаряне на потребителските нужди и изисквания. Екипът работи в тясно сътрудничество както със статистическите отдели, така и с различни потребителски групи. Дейността му е насочена към събиране на обратна информация относно статистическите публикации и по-точно, как се ползват и разбират от определени потребителски групи. Това се прави с цел да се направят подобрения в съдържанието, формата и каналите за разпространение на статистическите издания. Екипът инициира провеждането на семинари и конференции в рамките на Националната статистическа система, на които да се споделят добрите практики и подходи. Работи се и за създаването на библиотека за ресурсите, добрите практики, инициативите и примерите при посрещането на потребителските нужди и изисквания. Работната група е отговорна и за изграждането на директна връзка между НСС и потребителските групи, като партньорството цели да осигури производството и предоставянето на качествени статистически продукти и услуги, които отговарят на потребителските изисквания. Презентацията съдържаше и конкретни примери за използване на различни онлайн средства за идентифициране на различните видове поведение и потребности на потребителите.

Представителят на френската статистическа служба (INSEE) фокусира вниманието върху опита им в получаването на обратна информация от потребителите. Преди създаването на интернет мрежата се е налагало потребителите да бъдат питани директно, когато е било необходимо да се получи обратна информация. При сегашните условия този вид комуникация не е ефективна и това налага да се промени подходът за събиране на информация за потребителите. Въз основа на натрупания опит,



постигнат през изминалите шест години, са направени следните изводи:

- Събирането на обратна информация се извършва само по няколко статистически теми, тъй като подготовката, събирането и анализирането на получената информация по всички статистически теми включва големи по обем и разнородност дейности. Проучванията се извършват за 6 - 10 теми годишно.

- Всяка година се избира нова тема, за да се обхванат възможно повече статистически области, тъй като осъществяването на промени в дадена статистическа област изисква повече време от една календарна година. Това се налага от обстоятелството, че сътрудниците от съответния статистически отдел не биха одобрили всяка година да са обект на проучване.

- Тясно сътрудничество с експертите на съответните статистически отдели, за които се провежда проучването. В случаите, когато те не желаят или нямат време да участват в проучването относно тяхната статистическа тема, не се провежда такова проучване.

- Необходимо е интервюиране не само на потребители специалисти, но и на начинаещи потребители, които познават малко или никак статистическата дейност и не използват статистическите продукти и услуги. Това условие е важно, тъй като потребителите специалисти и начинаещите потребители дават различна обратна информация - първите дават идеи за разширяване на продуктите и услугите, докато вторите дават идеи за увеличаване на броя на потребителите чрез подобряване на възможностите за достъп и разбираемост на информацията.

- Необходимо е да се интервюират потребители от различни професии - но само от тези, които са свързани с изследваната статистическа област.

- Да се използват няколко метода за събиране на обратна информация от потребителите относно проучваната статистическа тема.

- Използване на получената обратна информация за дефиниране на бъдещите действия. Тази дейност се осъществява в тясно сътрудничество с експертите от отделите, които разработват и осигуряват данни за съответната статистическа тема.

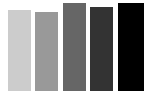
- Необходимо е обявяване на резултатите от проведеното проуч-

ване и набелязаните бъдещи действия, като с тях се запознават служителите в статистическата служба, потребителите, които са дали обратната информация, и широката общественост.

- Проучването на потребителското мнение не е статистическо изследване и целият процес от първата среща за дефиниране на действието по проучването до получаването на първите резултати не трябва да превишава няколко месеца. Срокът за подготвяне на окончателен анализ и план за бъдещи дейности не трябва да превишава една година.

В презентацията на статистическата служба на Русия бяха отбелязани предизвикателствата, породени от увеличеното търсене на статистическа информация, както и беше представена дейността и усилията на работещите в Центъра за информация и публикации за справяне с тези предизвикателства. В Центъра работят 25 експерти. Той е създаден допълнително, тъй като Руската федерална статистическа служба като бюджетна организация по закон няма право да осъществява търговска дейност. В Центъра се осъществяват дейностите по подготовката на статистическите издания - редакция и превод на всички статистически публикации - печатни и електронни, разпространението им, както и маркетинговата дейност. Екипът на Центъра работи в тясно сътрудничество с 82 регионални офиса, които предоставят помощ на потребителите при търсенето и използването на уеббазирани продукти и услуги, както и провеждат статистически изследвания по поръчка на външни клиенти. Представена беше и дейността по провеждането на различни проучвания на удовлетвореността на потребителите, както и на тяхната оценка на предлаганите статистически продукти и услуги. Тези проучвания позволяват да се анализират очакванията на потребителите и нивото на тяхната удовлетвореност.

Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) представи своя подход в разбирането на нуждите на потребителите въз основа на проучване, проведено наскоро. Презентацията наблегна на значението на лесния достъп до данните, както и на търсенето от страна на потребителите на помощ за разбирането и използването на наличната информация. Отбелязано беше, че е необходимо да се признае



постоянната промяна в нуждите и търсенето на потребителите, както и необходимостта организациите да събират обратна информация, за да се гарантира осигуряването на адекватни, адаптирани към нуждите на различните потребители данни и средства за тяхното разпространение. Представена беше и обърната пирамида, която показва съотношението между различните потребителски групи и продуктите и услугите, които те ползват и търсят. Бяха показани и няколко конкретни инициативи на ОИСР, адресирани към удовлетворяване на потребителските изисквания и препоръки - изграждане на потребителски ориентиран статистически портал за достъп до всички данни и публикации на ОИСР, а също създаване на набор от дефиниции, правила и препоръки относно съдържанието на данните и политиката за публикуване на информацията. Предстои провеждането на детайлно изучаване на удовлетвореността на потребителите от бизнес средите, библиотеките и академичните среди, като се използват различни форми на дискусии. Целта е да се разработят услуги, насочени към по-ефективно използване на данните на ОИСР от страна на тези потребители в тяхната работа.

Презентацията на Националната статистическа служба на Обединеното кралство беше насочена към ангажираността и участието на заинтересуваните страни в процеса на комуникация относно статистическата информация. Акцентът беше поставен върху създаването на нова стратегия за въвличане на заинтересуваните страни - потребители, респонденти, партньори, спонсори, служители на статистическата служба, други служби - Евростат, ОИСР и др., при осъществяване на комуникационните цели, при намирането на различни опции за предоставяне на данни, както и за постигане на по-добри резултати в сферата на комуникациите. Организацията отбелязва, че тази нова стратегия е демонстрация на желанието на статистическата служба да въведе по-гъвкав подход по отношение на потребителите, който се адаптира към променящите се взаимоотношения и включва участието на по-широк кръг от потребители на статистически данни. Службата подчерта намерението си за провеждане на все по-активна и ориентирана към вземане на решения политика.

Представителят на американското министерство на земеделието сподели опита, който имат, в получаването и използването на обратна

връзка с различни групи потребители и респонденти на данни. Беше отбелязано, че въз основа на този опит министерството има желание да се увеличат възможностите за комуникация с потребителите на данни и с респондентите с цел събиране на обратна информация. Подчертано беше, че въпреки наличието на множество начини и средства за осъществяване на обратна връзка, американското министерство на земеделието се фокусира върху тези инструменти, за които смята, че са най-ефективни. Беше отбелязано, че министерството има намерение да организира постоянна дискусия, в която да бъдат въвлечени колеги, отговорни за комуникациите, в други правителствени и неправителствени служби с цел обмен на добри практики и постигане на успехи при комуникацията с потребителите.

Представителят на МВФ фокусира своята презентация върху повишаване на значението на макроикономическата и финансовата статистика за потребителите. Беше отбелязано, че оптимизирането на стойността на предлаганата статистическа информация за потребителя изисква задоволяване на специфичните индивидуални потребности за данни на различните групи потребители. Това може да се осъществи като се гарантира на крайния потребител персонализиране, което изисква разработване на гъвкави и адаптивни инструменти. А това, от своя страна, може да се комбинира в известна степен с диференциация на потребителя, като се предоставят опции за самостоятелен избор в базата данни, които са проектирани така, че да отговорят на потребностите на широк кръг потребители.

IV. Добри практики в комуникацията, свързана с метаданните

Националната статистическа служба на Обединеното кралство представи опита си при комуникацията чрез методологията за провеждането и обхвата на преброяването на населението и жилищата през 2011 г. в Англия и Уелс. Осъществяването на комуникационните дейности обхваща дълъг период - около 5 години, на базата на Комуникационна стратегия на преброяването. Стратегията очертава два основни канала за популяризиране на методологията на преброяването: печатни публикации, насочени към широката общественост, които обясняват на



разбираем език основните етапи в работата на статистическата служба, както и задълженията на респондентите; и интерактивни, и „лице в лице” срещи с респонденти и потребители. Дейността включва широка популяризация на преброяването на населението, като се провеждат множество интерактивни срещи и работни дискусии. Срещите, публикацииите и посланията са били насочени както към широката аудитория с минимални статистически знания, така и към статистическата общност. В резултат на това статистическата служба на Обединеното кралство отбелязва нарастване на броя на по-информираните и по-ангажираните към процеса потребители и респонденти, както и повече доверие към методите и организацията на преброяването.

Представителят на статистическата служба на Дания очерта основните принципи за комуникация чрез методологиите на статистическите изследвания и посочи предизвикателствата в тази област. Бяха представени инициативите и политиката на службата при комуникацията с потребителите. В новия комуникационен проект, започнал през пролетта на 2013 г., участват представители на отделите - автори на статистически данни, експертите, които разработват метаданните, и експерти от отдела по комуникации и връзки с потребителите. Беше отбелязано, че най-голямото предизвикателство е да се намерят начини и средства за по-ефективно разпространение на методологията, както и да се разработи по-прецизна и последователна система за документиране. Сайтът на датската статистическа служба е с нова потребителски ориентирана версия. Всички техни статистически продукти и услуги са включени в т.нар. „Декларация за качество”. Декларацията периодично се обновява в съответствие с настъпили промени, както и с цел да отговаря на изискванията на потребителите. Статистическата служба на Дания приема нова политика за комуникацията с потребителите по отношение на грешките и коригираните данни. Тази политика е приета отчасти като резултат от получаваната критика от страна на потребителите във връзка с публикуването на коригирани данни. Някои от големите групи потребители твърдят, че трябва да се използва сайтът много по-бързо и по-активно, за да се информират потребителите за възникване на проблем с данните. В

датската статистическа служба са преценили, че критиките са заслужени и са решили да подобрят ситуацията. Съгласно новата политика, когато се открият и коригират грешки, се публикуват съобщения на началната страница на сайта, изпращат се съобщения по електронната поща до абонатите, в които се информират за възникналия проблем и също, че ще получат копие с ревизираните данни. Тази политика се оказва успешна и допринася много за повишаване на доверието в институцията.

Норвежката статистическа служба представи принципите на равен достъп на всички потребители до статистическите данни и запазване на политическа независимост при разпространението на статистическата информация, както и предизвикателствата, които срещат при спазването им. Всички изключения от тази политика са публикувани на сайта на норвежката статистическа служба в рубриката „За статистиката”. Беше акцентирано, че е необходимо тясно сътрудничество между отделите, отговорни за комуникациите, качеството, метаданните и правните дейности, с цел предоставяне на актуална и навременна информация и еднакво отношение към различните групи потребители. Това е взето под внимание с оглед на следващата партньорска проверка за спазване на Европейския кодекс, която ще се проведе през 2014 година.

V. Бъдещи идеи за ефективна комуникация, свързана със статистическата информация

В първата презентация представителят на Евростат подчерта необходимостта от по-широко популяризиране на Европейската статистическа система (ЕСС) и на нейната статистическа дейност, както и на разликата в качеството на данните, публикувани от ЕСС и от други източници. За справянето с предизвикателствата при комуникацията с потребителите, които ЕСС среща, Евростат разработва общ дизайн, който включва различни продукти за идентичност на ЕСС, включително ново лого, специален уебсайт и изготвяне на годишен доклад за дейността на ЕСС.

Втората презентация на Евростат акцентира върху опита им за съксяване на дистанцията между висшето ръководство и персонала, чрез въвеждане на Advent Calendar, в който се публикуват ежедневни лични статии, написани от топмениджърите.



Презентацията на статистическата служба на Нова Зеландия се фокусира върху значението на вътрешните комуникации. Подчертано беше, че често вътрешните комуникации са „бедният роднина“ на комуникациите с потребителите и невинаги се оценява важноста на ефективността им за привличането на статистиците в комуникацията с потребителите. Повишаването на ангажираността на експертите и проявяването на разбиране към дейностите по комуникация относно статистическите данни е изисквало от организацията полагането на много усилия за създаването на „историята“ на статистическата служба, за подпомагане на експертите, които да могат да защитят промените, разработването на инструменти и създаването на вътрешна среда, която да даде възможност за създаване на външна „история“. Вътрешната аудитория (служителите) трябва да бъде убедена във важноста на промените в комуникацията с потребителите, преди да се пристъпи към убеждаване на външната аудитория (потребителите и респондентите). Положително настроените и ангажираните служители са най-добрите защитници на институцията.

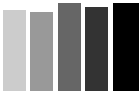
Европейската централна банка представи начините за подобряване на комуникацията на статистиката, основани на най-добрите практики. Презентацията се фокусира върху представянето на статистическата информация в електронни публикации, насочени към англоговорящите, на които английският език не е майчин. Тези публикации позволяват на потребителите да възприемат необходимите им статистически данни. Подчертано беше, че добрата комуникация относно статистическите данни допринася за изграждане на обществена подкрепа и доверие в статистиката, както и за постигането на финансова стабилност и провеждането на разумна икономическа политика. Дадени бяха идеи за бъдещи дейности в областта на комуникацията на статистическите данни, които да бъдат съобразени с нивото на различните групи потребители. Акцентирано беше върху значението и на следните дейности в областта на комуникацията относно статистическите данни: адаптирането на статистическите продукти за мобилни устройства; използването на социалните медии, което прави онлайн статистическите продукти лесни за употреба; комбинирането на карти и графики на най-често използваните

статистически данни и използването на визуализация при представянето на статистическата информация.

Представителят на статистическата служба на Китай сподели опита и практиката, които имат, при оценяването на перспективите на традиционните медии при комуникацията, свързана с данни, ролята на нови медийни платформи и практики в обучението по статистика за различните медии и компилиране на вътрешни и външни стратегии. В презентацията беше отбелязано също, че наред с традиционните медии, които все още са ценни в комуникацията, свързана със статистически данни, организациите трябва да разработват по-привлекателни продукти, за да отговорят на нуждите на по-младата аудитория. В статистическата служба на Китай разработват продукти за мобилни устройства (съвместими с различните операционни системи), софтуер за чат, peer-to-peer комуникация с широката общественост, мултимедия и т.н., чрез които потребителите ще имат достъп до най-новите данни в реално време.

Статистическата служба на Канада представи нови подходи за подкрепа, насърчаване и управление на комуникациите в рамките на организацията. На служителите им се предлага възможност да обсъждат различни теми и области от статистическата наука, от дейността на службата и др. и да предлагат иновационни решения за преодоляване на предизвикателствата и промените, пред които организацията е изправена. Очертани бяха съвместните инструменти, предназначени да генерират иновационни идеи - провеждането на „Големи идеи за промени”, конференции и изграждането на вътрешен „Канал за иновационни предложения” в рамките на службата.

Представителят на статистическата служба на Мексико запозна участниците с нови идеи за сътрудничество с потребителите и респондентите. Той акцентира, че информацията е горивото на XXI век и е необходимо да бъде изобретен автомобил, който ще се движи с това гориво. С други думи, необходимо е статистическите служби в тяхната дейност да бъдат гъвкави и да се съобразяват с променящото се общество и с все по-големите изисквания на различните групи потребители. В статистическата служба на Мексико наред с традиционните канали за



разпространение на статистическата информация разработват нови интерактивни продукти и услуги, които са съобразени с различните групи потребители (например имат обособен портал само за респондентите, с различно лого), използват социални медии, официален блог на институцията и други. В статистическата служба на Мексико е обособен център за подпомагане на потребителите, в който 25 експерти на две смени, вкл. събота и неделя, отговарят на потребителски запитвания по телефон, електронна поща, на място и по т.нар. онлайн чат, до който потребителите имат директен достъп, без да е необходимо да се регистрират на сайта на службата.

VI. Заключение

В резултат на проведените дискусии бяха очертани основните насоки за усъвършенстване на комуникацията относно статистическата информация:

- Използване на комплексен подход при производството на електронни продукти. Комплексният подход е насочен към качествено нови решения, базирани на ново разбиране на сложните ситуации.
- При публикуване на статистическа информация чрез интернет страници на правителствени органи е от изключителна важност да се оповестява, че официалната статистика е независима от правителството.
- Насърчаване на новите онлайн инициативи, като се използват различни подходи за популяризирането им.
- Използването на инфографиките може да бъде изключително полезно при обяснението на данни на различните групи потребители, но те трябва също така да се използват за създаване на визуална идентичност на статистическата служба в ума на работещите в съответната институция.
- Графиките и видеоматериалите са важни за комуникацията, свързана със статистическата информация, но винаги преди да се започне работа по тях, експертите трябва да имат напълно разработена история за данните, продуктите или услугите, които ще се представят.

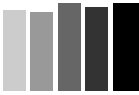
- Необходима е промяна в културата на служителите, които произвеждат статистическата информация, тъй като в повечето случаи те не се интересуват от по-нататъшния процес на разпространение на данните (за тях това е загуба на време). Осъществяването на такава културна промяна може да се окаже трудно и затова е важно да се разработва успешна стратегия за вътрешна комуникация.

- Респондентите са изключително важен елемент при комуникацията относно статистическата информация. Необходима е тясна връзка с респондентите, за да бъдат убедени в ползите от общуването със статистическите служби.

- Важно е да се намерят нови начини за убеждаване на хората да отговарят на статистическите проучвания и самите мениджъри по комуникации трябва да бъдат активни за увеличаване на процента на отговорилите. Един от начините за достигане до респондентите е използването на помощ от браншовите организации.

- Необходим е баланс между разработването на статистически продукти и приложния програмен интерфейс, така че да се предоставя лесен и безплатен достъп на потребителите до тях.

Постигнатите успехи при добрата комуникация както вътре в организацията, така и с потребителите и респондентите, подпомагат ръководството на съответната организация да взима решения при необходимост за промяна на каналите за разпространение от традиционни към нови и да произвежда и предоставя потребителски ориентирани продукти и услуги.



РОЛЬ УСПЕШНОЙ КОММУНИКАЦИИ, ОТНОСЯЩЕЙСЯ К СТАТИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ДОВЕРИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ И РЕСПОНДЕНТОВ

*Антоанета Илкова**

РЕЗЮМЕ В конце мая 2013 года в Берлине провела конференция ЕЭК ООН по проблемам коммуникации, относящейся к статистической информации, в которой приняли участие представители 35 статистических и других организаций со всего мира.

Конференция является регулярной и включает в себя: обсуждение текущих и будущих инициатив в области коммуникации, связанной со статистическими продуктами и услугами; обмен хорошими практиками и инновационными идеями для осуществления будущих коммуникационных деятельностей. В работе конференции были очерчены наиболее важные современные тенденции в области коммуникаций.

* Главный эксперт, отдел „Административное обслуживания”, НСИ; e-mail: ailkova@nsi.bg.

**THE ROLE OF SUCCESSFUL COMMUNICATION ON
STATISTICAL INFORMATION TO STRENGTHEN USER'S AND
RESPONDENT'S CONFIDENCE IN STATISTICS**

*Antoaneta Ilkova**

SUMMARY At the end of May 2013 in Berlin was held a UNECE Work Session on the communication of statistics. The conference was attended by representatives of 35 statistical offices and other organizations around the world.

The conference is regular and during the work sessions current and future initiatives in the field of communication were discussed, best practices and innovative ideas for future implementation of communication activities were shared. The conference outlined the most important contemporary trends in the field of communications.

* Chief Expert, Administrative Services Department, NSI; e-mail: ailkova@nsi.bg.