

# Планирование распространения

“Основной целью переписи является сбор, обработка и распространение информации, которая будет **использоваться в качестве основы для принятия обоснованных решений, основанных на фактических данных**. Преимущества такого подхода к принятию решений не всегда очевидны для пользователей, особенно в ситуациях, когда в прошлом, возможно, использовались другие подходы. Поэтому **важно поощрять такое использование результатов переписи среди пользователей**”.

- Принципы и рекомендации ООН по проведению переписей населения и жилищного фонда (добавлено выделение)

# Составляющие распространения



# Расширенная экосистема данных



# Стратегические соображения

“...базовое обучение использованию и интерпретации результатов одной переписи является очень эффективным методом пропаганды поддержки будущих переписей”.

- Принципы и рекомендации ООН по проведению переписей населения и жилищного фонда

## Выявление на ранней стадии

- Потребности в обучении должны быть определены на ранней стадии процесса планирования.
- У пользователей могут быть очень специфические запросы на обучение.
- Возможно, будет уместно попросить пользователя покрыть некоторые расходы на создание тренинга.

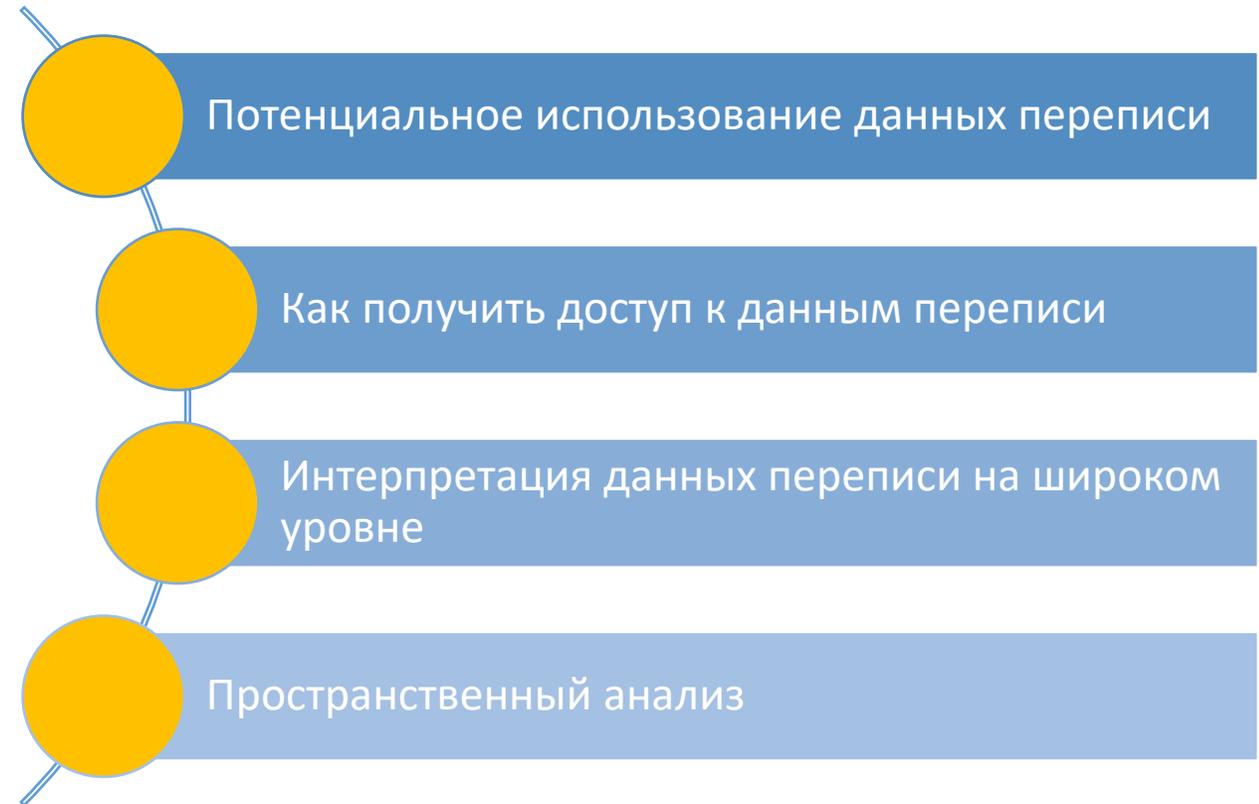
## Полная интеграция

- Курсы и материалы должны быть интегрированы в общую программу содействия проведению переписи.
- Сообщения об использовании данных должны полностью отражать первоначальные сообщения, в которых высказывались за проведение переписи или за привлечение общественности к сотрудничеству и участию на этапе сбора данных.

## Прозрачность

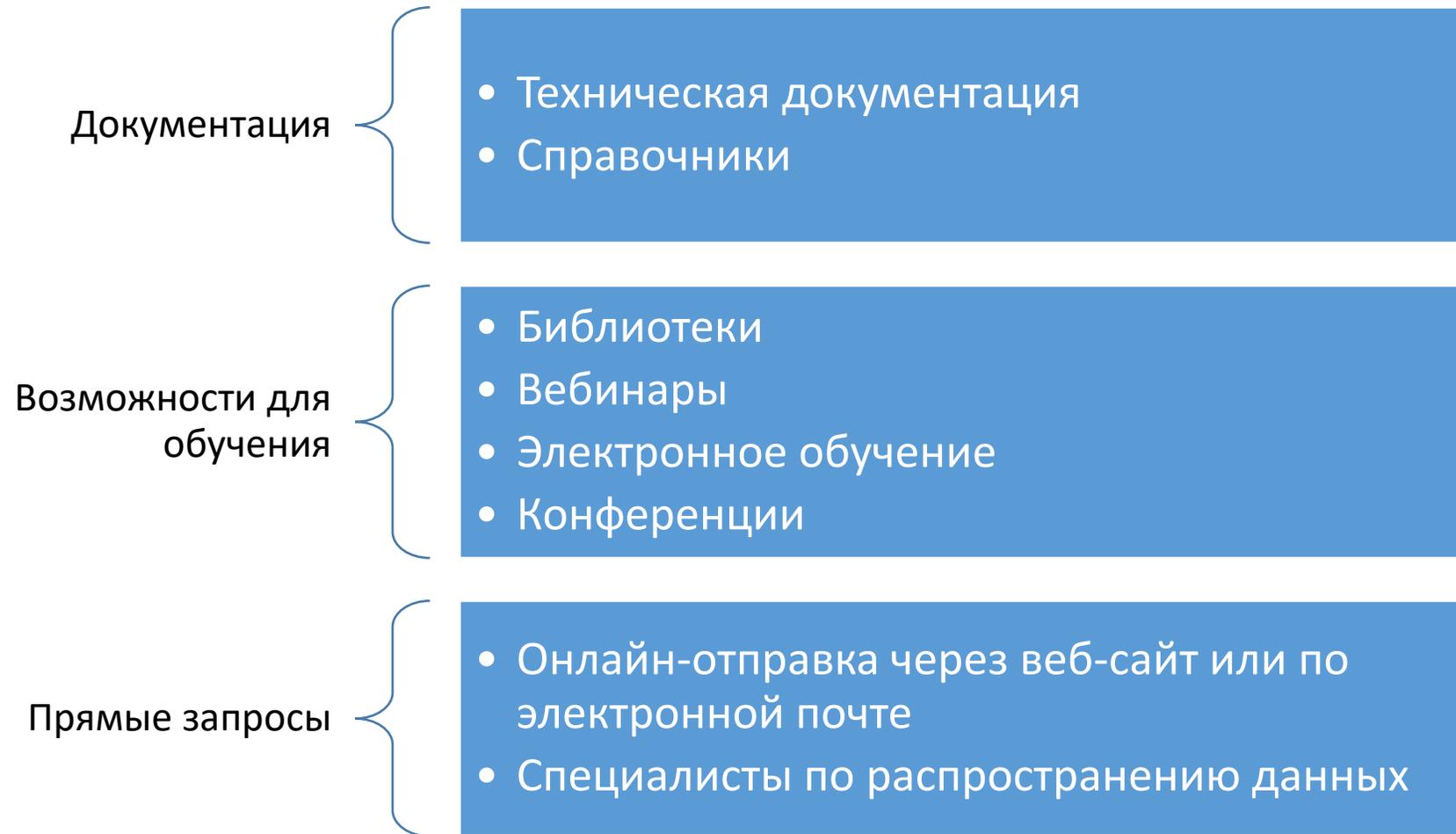
- Убедитесь, что общественность знает, как вы будете подходить к обучению.
- Определите области, в которых статистическое управление **хотело бы участвовать**.
- Установите партнерские отношения с другими группами для проведения тренингов.
- Используйте несколько подходов к обучению: аудиторные занятия, электронное обучение, семинары.
- Опубликуйте режим ценообразования для покрытия расходов там, где это уместно и желательно.

# Ключевые аудитории и темы

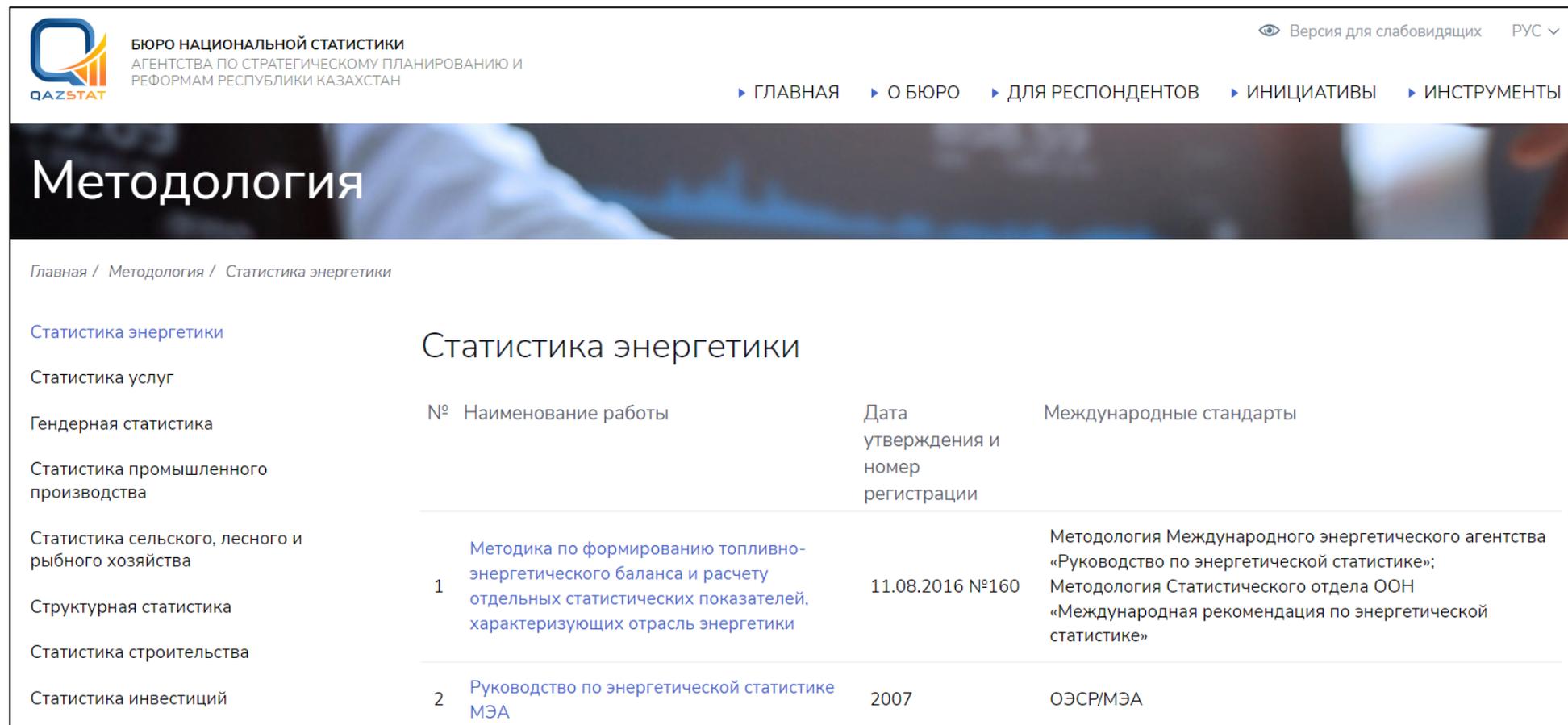


Принципы и рекомендации ООН по проведению переписей населения и жилищного фонда

# Поддержка пользователей данных



# Примеры поддержки пользователей данных: Документация



The screenshot shows the website of the Bureau of National Statistics and Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan (QAZSTAT). The page is titled "Методология" (Methodology) and is part of the "Статистика энергетики" (Energy Statistics) section. A table lists two documents related to energy statistics methodology.

БЮРО НАЦИОНАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ  
АГЕНТСТВА ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ И  
РЕФОРМАМ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Версия для слабовидящих РУС

▶ ГЛАВНАЯ ▶ О БЮРО ▶ ДЛЯ РЕСПОНДЕНТОВ ▶ ИНИЦИАТИВЫ ▶ ИНСТРУМЕНТЫ

## Методология

Главная / Методология / Статистика энергетики

Статистика энергетики

Статистика услуг

Гендерная статистика

Статистика промышленного производства

Статистика сельского, лесного и рыбного хозяйства

Структурная статистика

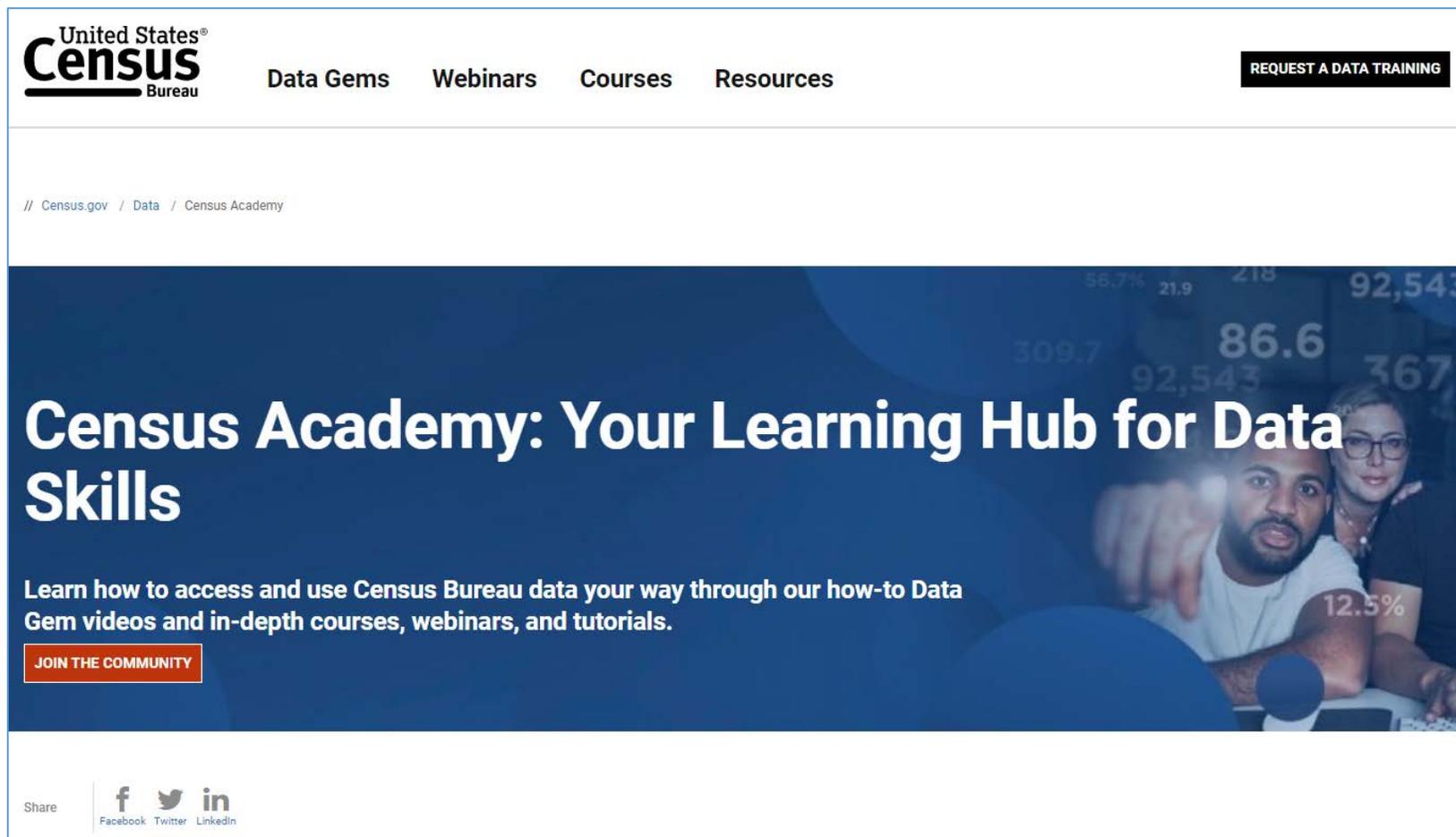
Статистика строительства

Статистика инвестиций

### Статистика энергетики

№	Наименование работы	Дата утверждения и номер регистрации	Международные стандарты
1	<a href="#">Методика по формированию топливно-энергетического баланса и расчету отдельных статистических показателей, характеризующих отрасль энергетики</a>	11.08.2016 №160	Методология Международного энергетического агентства «Руководство по энергетической статистике»; Методология Статистического отдела ООН «Международная рекомендация по энергетической статистике»
2	<a href="#">Руководство по энергетической статистике МЭА</a>	2007	ОЭСР/МЭА

# Примеры поддержки пользователей



The screenshot shows the top navigation bar of the United States Census Bureau website. The logo is on the left, followed by links for "Data Gems", "Webinars", "Courses", and "Resources". A "REQUEST A DATA TRAINING" button is on the right. Below the navigation is a breadcrumb trail: "// Census.gov / Data / Census Academy". The main content area features a large blue banner with the text "Census Academy: Your Learning Hub for Data Skills". Below this, a sub-headline reads: "Learn how to access and use Census Bureau data your way through our how-to Data Gem videos and in-depth courses, webinars, and tutorials." An orange "JOIN THE COMMUNITY" button is positioned below the sub-headline. At the bottom of the banner, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn.

United States<sup>®</sup>  
**Census**  
Bureau

Data Gems Webinars Courses Resources

REQUEST A DATA TRAINING

// Census.gov / Data / Census Academy

## Census Academy: Your Learning Hub for Data Skills

Learn how to access and use Census Bureau data your way through our how-to Data Gem videos and in-depth courses, webinars, and tutorials.

JOIN THE COMMUNITY

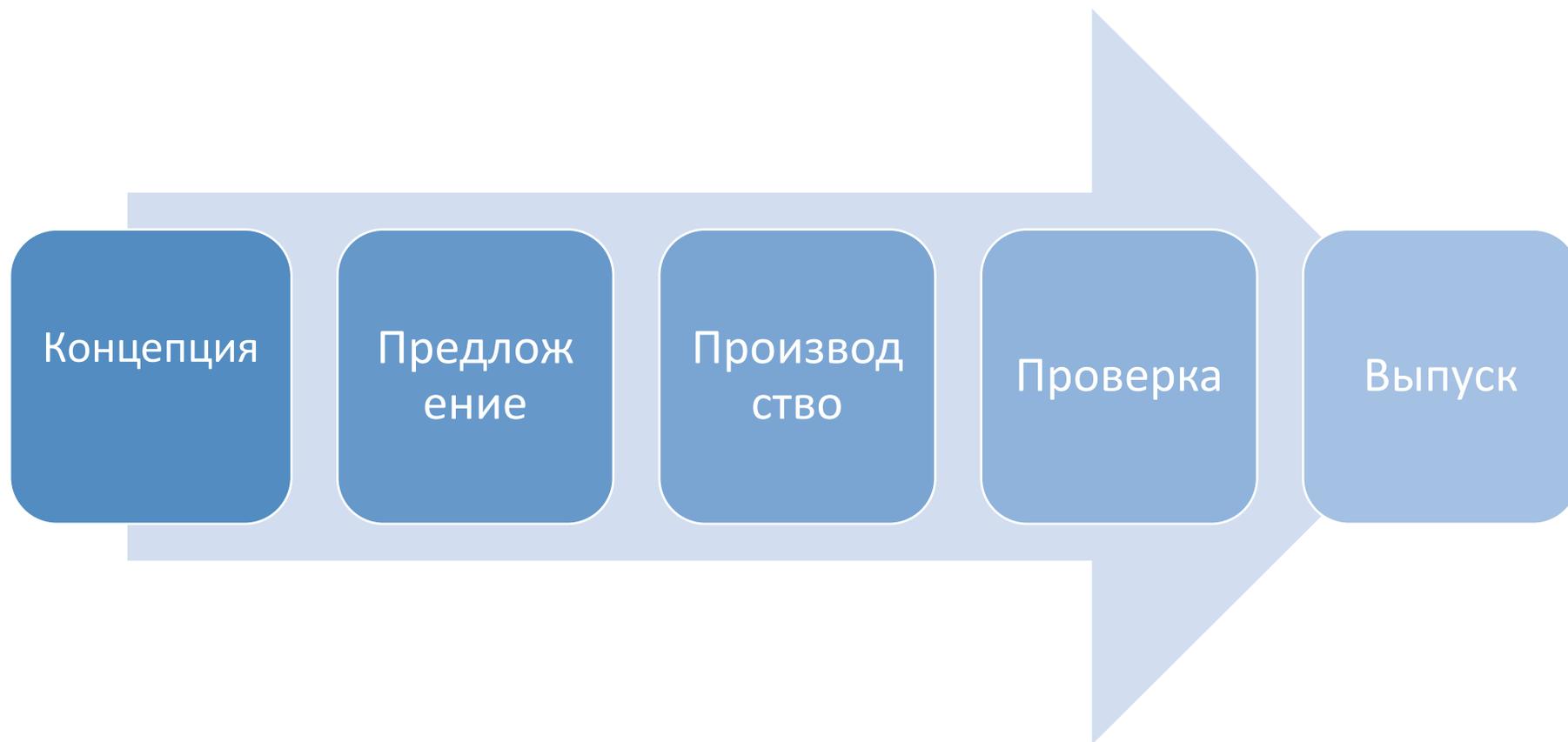
Share     
Facebook Twitter LinkedIn



# Обсуждение

Как вы поддерживаете пользователей ваших данных?

# Индивидуальный жизненный цикл продукта



# Соображения по публикации и распространению: Сборка





# Обсуждение

Как ваша организация справляется с задачей сбора материалов от нескольких авторов?

Как ваша организация убеждается в том, что собранные изделия проходят проверку качества?

Какие уроки можно извлечь из сборки материалов?



# Соображения по публикации и распространению: Печать



# Обсуждение

Какие стратегии вы используете для снижения затрат при крупномасштабной печати?

Как вы гарантируете качество при крупномасштабной печати?

Какие уроки можно извлечь из крупномасштабных печатных работ?

# Соображения по публикации и распространению: Распространение печатной продукции





# Обсуждение

Какие стратегии вы используете для распространения печатных материалов?

Какие уроки были извлечены?

# Соображения по публикации и распространению: Распространение в Интернете





# Обсуждение

Каковы ваши стратегии по охвату широкой аудитории в Интернете?

Какие уроки были извлечены?

# Соображения по публикации и распространению: Подрядчики

Подрядчики могут обладать большим опытом в разработке определенного типа продукта.

Это может позволить продукту быть более совершенным или разрабатываться быстрее, чем если бы он был разработан НСС.

Подрядчики, как правило, знают меньше о предмете и процессе переписи, чем эксперты в рамках НСС.

Требуется время для объяснения проекта и контроля за работой подрядчиков.

Внутренние навыки не развиты  
Сложнее обеспечить конфиденциальность данных.



# Обсуждение

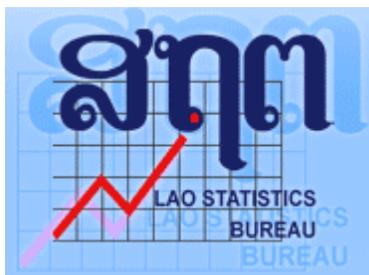
Есть ли у вас в настоящее время подрядчики, занимающиеся распространением информации для вашей НСС?

Какие уроки вы извлекли из работы с подрядчиками?

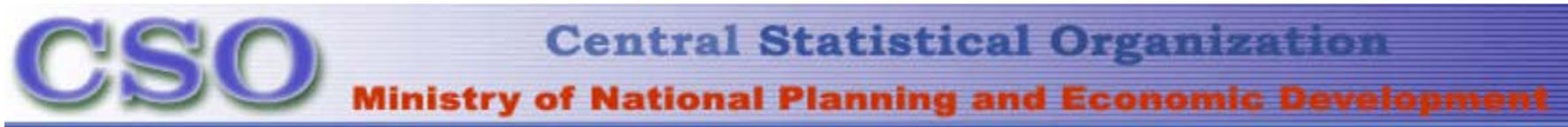
# Стандартизация и брендинг



*Ministry of Immigration and Population*  
*Department of Population*



**National Bureau of Statistics**  
Ministry of Finance and Treasury



# Важность стандартизации и брендинга

Что такое стандарт?

- Стандарт, - это основа для сравнения (правила), используемая для оценки качества объекта или вида деятельности.

Что такое брендинг?

- Брендинг, - это практика идентификации производителя продукта, например, с помощью логотипа.

Почему они так важны?

- Четкие стандарты упрощают работу тех, кто создает информационные продукты. Когда приняты решения о шрифте, форматировании, макете, визуальных эффектах и т.д., разработчики и авторы могут сосредоточиться на содержании, самой важной части.
- Стандартизация и брендинг повышают узнаваемость продукта и доверие к нему среди пользователей.

# Стандарты процедур и продукта

## Процедуры

- Сотрудники знают, чего ожидают при подготовке продуктов к публикации.
- Стандарты способствуют достижению стабильных результатов и соблюдению временных требований к завершению проектов.
- Стандарты могут помочь напомнить разработчикам о конечной цели распространения данных: удовлетворении потребностей пользователей данных.

## Продукт

- Упростите пользователям данных поиск нужной им информации.
- Помогайте поддерживать актуальность содержания продукта.
- Обеспечьте узнаваемость продуктов с различным содержанием и форматом.
- Повысьте доверие общественности к качеству продукта и работе организации.

# Стандарты процедур для письменных отчетов

- Стандарты процедур немного различаются в зависимости от формата распространения, но в целом они следуют следующим шагам:
  - Подготовка общей схемы
  - Утверждение предложения
  - Анализ данных
  - Написание
  - Обзор отчета
  - Публикация
- Руководство и утверждение продукта осуществляется на нескольких уровнях управления на протяжении всего процесса написания, чтобы автор не сбивался с пути.

# Стандарты продукта

## U.S. Census Bureau Corporate Identity and Branding Standards

*Style Guide*

October 2019

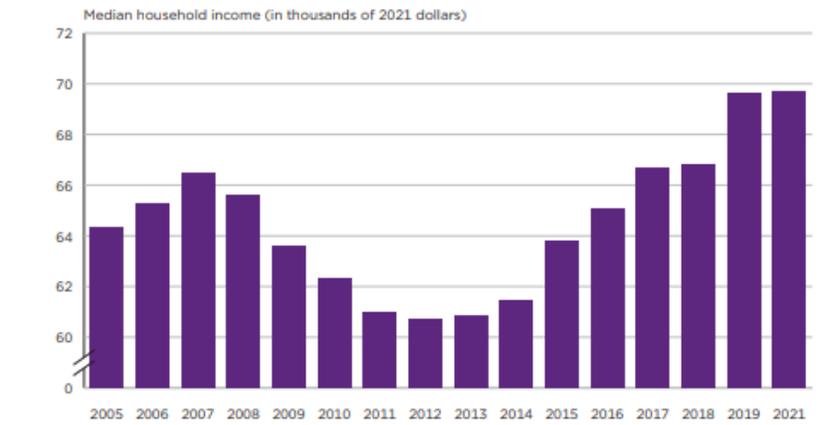


У Бюро переписи населения США есть 54-страничный документ, который устанавливает стандарты для отчетов с точки зрения:

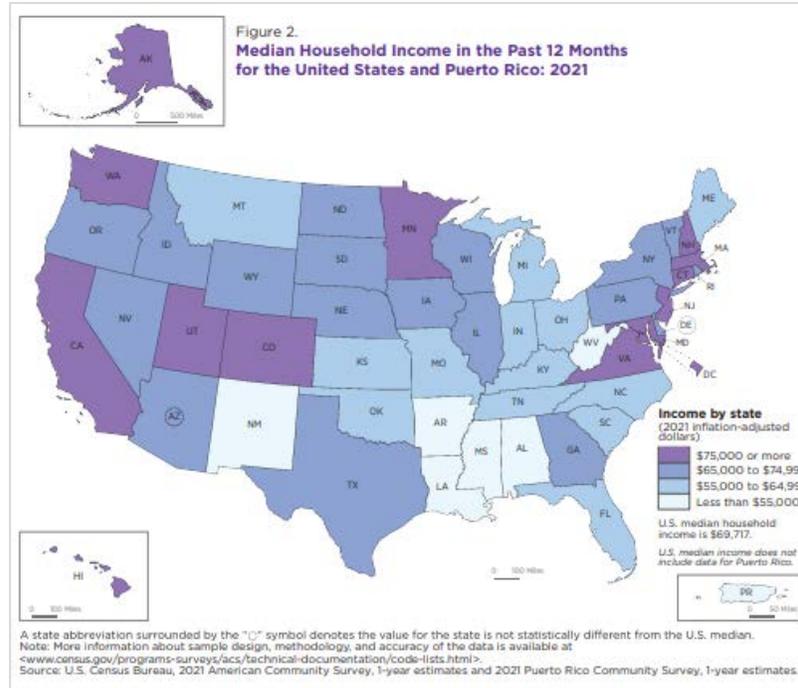
- Брендинга
- Цветов
- Расположения
- Формата
- Текста

# Форматирование: Визуальные элементы

**Figure 1. Median Household Income in the Past 12 Months in the United States: 2005–2021**  
(Information on confidentiality protection, sampling error, nonsampling error, and definitions is available at <www.census.gov/acs>)



Note: Estimates for 2020 experimental data not shown. For more information on the 2020 experimental data products, refer to <www.census.gov/programs-surveys/acs/technical-documentation/user-notes/2021-02.html>.  
Source: U.S. Census Bureau, 2005–2019 and 2021 American Community Surveys, 1-year estimates.



**Table 2. Median Household Income in the Past 12 Months by the 25 Most Populous Metropolitan Areas**  
(In 2021 inflation-adjusted dollars. Data are limited to the household population and exclude the population living in institutions, college dormitories, and other group quarters. Information on confidentiality protection, sampling error, nonsampling error, and definitions is available at <www.census.gov/acs>)

Metropolitan area	2019 ACS median household income (dollars)		2021 ACS median household income (dollars)		Change in median income (percent)	
	Estimate	Margin of error (±)	Estimate	Margin of error (±)	Estimate	Margin of error (±)
Atlanta-Sandy Springs-Alpharetta, GA Metro Area	76,030	743	77,589	1,068	*2.1	1.7
Baltimore-Columbia-Towson, MD Metro Area	88,130	1,804	86,302	1,862	-2.1	2.9
Boston-Cambridge-Newton, MA-NH Metro Area	100,074	1,285	100,750	1,474	0.7	2.0
Charlotte-Concord-Gastonia, NC-SC Metro Area	70,368	1,453	71,041	1,298	1.0	2.8
Chicago-Naperville-Elgin, IL-IN-WI Metro Area	79,884	737	78,166	830	*-2.2	1.4
Dallas-Fort Worth-Arlington, TX Metro Area	76,584	646	75,975	920	-0.8	1.5
Denver-Aurora-Lakewood, CO Metro Area	90,760	1,216	90,716	1,559	Z	2.2
Detroit-Warren-Dearborn, MI Metro Area	67,268	944	67,153	871	-0.2	1.9
Houston-The Woodlands-Sugar Land, TX Metro Area	73,329	1,462	70,893	1,037	*-3.3	2.4
Los Angeles-Long Beach-Anaheim, CA Metro Area	82,422	900	82,503	785	0.1	1.4
Miami-Fort Lauderdale-Pompano Beach, FL Metro Area	63,736	721	63,814	803	0.1	1.7
Minneapolis-St. Paul-Bloomington, MN-WI Metro Area	88,700	1,265	87,433	1,286	-1.4	2.0
New York-Newark-Jersey City, NY-NJ-PA Metro Area	88,130	839	84,409	717	*-4.2	1.2
Orlando-Kissimmee-Sanford, FL Metro Area	65,574	1,243	64,936	1,329	-1.0	2.8
Philadelphia-Camden-Wilmington, PA-NJ-DE-MD Metro Area	78,988	942	80,007	1,028	1.3	1.8
Phoenix-Mesa-Chandler, AZ Metro Area	71,954	1,045	75,731	741	*5.2	1.8
Portland-Vancouver-Hillsboro, OR-WA Metro Area	83,127	1,893	83,943	1,164	1.0	2.7
Riverside-San Bernardino-Ontario, CA Metro Area	75,195	1,090	77,018	1,484	2.4	2.5
St. Louis, MO-IL Metro Area	70,387	959	70,189	1,020	-0.3	2.0
San Antonio-New Braunfels, TX Metro Area	66,082	996	66,775	1,353	1.0	2.6
San Diego-Chula Vista-Carlsbad, CA Metro Area	89,005	2,022	91,003	1,377	2.2	2.8
San Francisco-Oakland-Berkeley, CA Metro Area	121,551	2,082	116,005	2,033	*-4.6	2.3
Seattle-Tacoma-Bellevue, WA Metro Area	99,647	1,633	101,721	1,148	*2.1	2.0
Tampa-St. Petersburg-Clearwater, FL Metro Area	61,367	1,215	62,951	877	*2.6	2.5
Washington-Arlington-Alexandria, DC-VA-MD-WV Metro Area	111,974	1,195	110,355	1,335	-1.4	1.6

\* Statistically different from zero at the 90 percent confidence level.  
Z Represents or rounds to zero.  
† Data are based on a sample and are subject to sampling variability. A margin of error is a measure of an estimate's variability. The larger the margin of error in relation to the size of the estimate, the less reliable the estimate. This number, when added to and subtracted from the estimate, forms the 90 percent confidence interval.  
Note: Comparisons are made from 2019 to 2021, the most recent data year with standard data collection. For more information on the 2020 experimental data products, refer to <www.census.gov/programs-surveys/acs/technical-documentation/user-notes/2021-02.html>.  
Source: U.S. Census Bureau, 2019 and 2021 American Community Surveys (ACS), 1-year estimates and 2019 and 2021 Puerto Rico Community Surveys, 1-year estimates.

# Руководящие принципы по внешнему брендингу?

Разрабатывая рекомендации по брендингу и стандартизации для своей организации, помните о внешних рекомендациях, которые вы должны включить.

Иногда существуют общегосударственные и министерские рекомендации по брендингу, которым необходимо следовать.

Также рассмотрите требования к брендингу продуктов, разработанных при финансировании доноров, и продуктов, использующих данные финансируемых донорами переписей и обследований.

# Документирование руководящих принципов

Руководящие принципы стандартизации и брендинга должны быть подробно задокументированы с приведением примеров для разъяснения требований.

Документация должна быть предоставлена всем сотрудникам, участвующим в создании и рецензировании информационных продуктов для публикации.

При изменении руководящих принципов персонал, использующий документацию, должен быть предупрежден об этом.

Внедрение сократит время, необходимое для создания будущих продуктов, и повысит узнаваемость.

# Разработка шаблонов для распространенных информационных продуктов

Для обычных продуктов обработки данных вы можете сэкономить время, создав шаблоны.

Авторам и программистам нужно будет только добавить контент в заранее определенные места внутри шаблона.

К продуктам, которые хорошо подходят для создания шаблонов, относятся: информационные бюллетени, региональные отчеты, плакаты и презентации PowerPoint.



**Вопросы или  
комментарии?**