



التواصل باستخدام بيانات تعدادات السكان والمساكن

نحو تطوير استراتيجية تواصل تتمحور حول المستخدم



ازدهار البلدان كرامة الإنسان





ازدهارُ البلدان كرامةُ الإنسان



رؤيتنا

طاقاتٌ وابتكار، ومنطقتنا استقرارٌ وعدلٌ وازدهار

رسالتنا

بشَقفٍ وعِزمٍ وعَقْلٍ: نبتكر، ننتج المعرفة، نقدِّمُ المشورة،
نبني التوافق، نواكب المنطقة العربية على مسار خطة عام 2030.
يداً بيد، نبني غداً مشرقاً لكلِّ إنسان.

التواصل باستخدام بيانات تعدادات السكان والمساكن نحو تطوير استراتيجية تواصل تتمحور حول المستخدم



الأمم المتحدة
بيروت

2021 © الأمم المتحدة

حقوق الطبع محفوظة

تقتضي إعادة طبع أو تصوير مقتطفات من هذه المطبوعة الإشارة الكاملة إلى المصدر.

توجه جميع الطلبات المتعلقة بالحقوق والأذون إلى اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، البريد الإلكتروني: publications-escwa@un.org.

النتائج والتفسيرات والاستنتاجات الواردة في هذه المطبوعة هي للمؤلفين، ولا تمثل بالضرورة الأمم المتحدة أو موظفيها أو الدول الأعضاء فيها، ولا ترتب أي مسؤولية عليها.

ليس في التسميات المستخدمة في هذه المطبوعة، ولا في طريقة عرض مادتها، ما يتضمن التعبير عن أي رأي كان من جانب الأمم المتحدة بشأن المركز القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين حدودها أو تخومها.

الهدف من الروابط الإلكترونية الواردة في هذه المطبوعة تسهيل وصول القارئ إلى المعلومات وهي صحيحة في وقت استخدامها. ولا تتحمل الأمم المتحدة أي مسؤولية عن دقة هذه المعلومات مع مرور الوقت أو عن مضمون أي من المواقع الإلكترونية الخارجية المشار إليها.

جرى تدقيق المراجع حيثما أمكن.

لا يعني ذكر أسماء شركات أو منتجات تجارية أن الأمم المتحدة تدعمها.

المقصود بالدولار دولار الولايات المتحدة الأمريكية ما لم يُذكر غير ذلك.

تتألف رموز ووثائق الأمم المتحدة من حروف وأرقام باللغة الإنكليزية، والمقصود بذكر أي من هذه الرموز الإشارة إلى وثيقة من وثائق الأمم المتحدة.

مطبوعات للأمم المتحدة تصدر عن الإسكوا، بيت الأمم المتحدة، ساحة رياض الصلح، صندوق بريد: 8575-11، بيروت، لبنان.

الموقع الإلكتروني: www.unescwa.org.

شكر وتقدير

الإقليمية حول استخدام بيانات التعداد لأغراض التخطيط للتنمية والبحث العلمي في البلدان العربية، التي انعقدت في الرباط، 1-3 تشرين الأول/أكتوبر 2010، على دعمهم وملاحظاتهم القيمة التي أغنت هذه الورقة.

أعدّ هذه الدراسة السيد أحمد حسين، الخبير الدولي في الإحصاءات الرسمية لدى وزارة التخطيط التنموي والإحصاء في قطر بتنسيق من د. إسماعيل لبد من شعبة الإحصاء في الإسكوا والشكر موجه إلى السيدة زينه سنو والخبراء الذين شاركوا في ورشة العمل

موجز

المستخدمين المحترفين والمدرسين والطلبة والمواطنين، مع التأكيد بالطبع على أن استخدام البيانات وتحليلها جزء من وظيفة الإحصاءات الرسمية. وتتطرق الورقة إلى أدوات التواصل المختلفة، وفئات ومجموعات مستخدمي البيانات، وشبكات التواصل الرقمي، وأهمية استخدام وسائل الإعلام في إيصال بيانات التعداد لمن يحتاجها، وتؤكد على أهمية استخدام الرسوم البيانية التصويرية في إيصال بيانات التعداد للمستخدمين على اختلاف فئاتهم. وتخلص الورقة إلى توصية هامة هي ضرورة تطوير استراتيجية اتصال تهدف إلى فهم احتياجات مستخدمي البيانات من المنتجات التي تحاكي جوانب التنمية الوطنية والدولية ومراقبة ورصد تنفيذ الأهداف وضرورة إعداد هذه الاستراتيجية بحيث تكون ثنائية الأبعاد بإدماج المستخدمين في مجتمع الإحصائيين.

كلمات مفتاحية: التواصل، مستخدمو البيانات، شبكات التواصل، الرسوم البيانية التصويرية، استراتيجية التواصل.

تُلقي هذه الورقة الضوء على أهمية بيانات ومخرجات تعداد السكان والمساكن، كما على أهمية التواصل بها مع مستخدمي البيانات والعاملين في التخطيط للتنمية الوطنية وفي رصد ومراقبة تنفيذ أهداف خطة التنمية المستدامة لعام 2030. وتؤكد كذلك على القيمة الكبيرة لهذه البيانات في الاستخدامات العديدة المتعلقة بتوزيع السكان وخصائصهم الديمغرافية والجغرافية والإدارية، وعلى ضرورة توفيرها وتعزيز التواصل بها ووضعها بين أيدي المستخدمين بأشكال سهلة وميسرة. ومن الواضح أن التواصل باستخدام بيانات التعداد ليس مجرد كتابة بيانات صحفية أو الإجابة على أسئلة وطلبات المستخدمين، والواقع أنه مفهوم جديد نسبياً لم يأخذ به معظم الأجهزة الإحصائية في المنطقة العربية، فهذه ما زالت تركز جهودها ومواردها على نشر بيانات التعداد بطرق تقليدية غير إبداعية.

تؤكد هذه الورقة أيضاً على ضرورة اعتبار وظيفة "الاتصال" جزءاً لا يتجزأ من عملية الإنتاج الإحصائي وضرورة الوصول استباقياً إلى

المحتويات

iii	شكر وتقدير
v	موجز
1	1. قيمة بيانات تعداد السكان والمساكن
2	2. مفهوم التواصل
4	3. دورة حياة تطوير الإحصائيات
5	4. أدوات التواصل مع مستخدمي بيانات التعداد
6	5. فئات مستخدمي بيانات التعداد
7	6. شبكات التواصل الرقمي
8	7. شبكات التواصل الاجتماعي
9	8. استخدام وسائل الإعلام
11	9. مهارات الاتصال
12	10. أخلاقيات التواصل بالبيانات
13	11. تطوير استراتيجية اتصال تتمحور حول المستخدم
15	المراجع

1. قيمة بيانات تعداد السكان والمساكن¹

المعيشية المتعلقة بمواضيع محددة كمسح دخل وإنفاق الأسر ومسح القوى العاملة والمسح الديمغرافي والصحي. وهذه الأطر أدق وأشمل من البدائل التي تعتمد على صور الأقمار الصناعية التي توظف في عمليات سحب العينات المساحية. كذلك تُستخدم مخرجات التعداد في إجراء الدراسات الاستقصائية للأسر المعيشية وفي عمليات الرصد والتقييم، ولا سيما في رفع مستوى المعرفة الإحصائية ومساعدة أعمال القطاع الخاص والأوساط الأكاديمية ومراكز البحوث والمنظمات غير الحكومية.

ونظراً للقيمة العالية لبيانات التعداد في التخطيط للتنمية، ينبغي التواصل بها مع مستخدمي البيانات وأصحاب المصلحة بكافة الوسائل الرقمية والتقنية المتاحة. ويمكن لخبراء التعداد زيادة قيمة البيانات التي ينتجونها بوضعها في متناول المستخدمين بأشكال متعددة وبمبسطة وعن طريق إقامة شراكات متعددة الأشكال، الفنية والمادية والتنظيمية، مع مستخدمي البيانات في الجامعات ومراكز البحوث والوزارات والأجهزة الحكومية والقطاع الخاص.

يُجمع مستخدمو البيانات على أن لبيانات تعدادات السكان والمساكن قيمة كبيرة في التخطيط للتنمية المستدامة، وهذا ما لا جدال فيه أيضاً لدى الباحثين في العلوم الاجتماعية وراسمي السياسات ومتخذي القرارات، كما أن هذه البيانات ضرورية لقياس التقدم نحو تحقيق أهداف خطة التنمية المستدامة لعام 2030 التي اعتمدها المجتمع الدولي في أيلول/سبتمبر 2015. والواقع أن بيانات التعداد هي أفضل المنتجات الإحصائية، فهي تمكن من الوقوف على حجم السكان وتكوينهم وخصائصهم وفقاً للمتغيرات المتعلقة بتركيب وسمات الأسر المعيشية من مثل التحصيل التعليمي ومستوياته والعمل والنشاط الاقتصادي، ولا سيما خصائص السكن، بالإضافة إلى توزيع السكان جغرافياً ومكانياً. وعلى الرغم من الفوائد الكبيرة التي يمكن أن يوفرها التعداد، يشير العديد من الدراسات أن نتائجه لم تُستغل استغلالاً كافياً في المنطقة العربية وأن بياناته لا تُحلل تحليلاً معمقاً.

وعلى الصعيد الإحصائي، يسهم التعداد في بناء إطار معاينة يُستخدم في سحب عينات المسوح الأسرية

2. مفهوم التواصل

- ليس التواصل باستخدام بيانات التعداد مجرد كتابة بيانات صحفية أو الإجابة على أسئلة وطلبات المستخدمين، والواقع أنه مفهوم جديد نسبياً لم يأخذ به معظم الأجهزة الإحصائية في المنطقة العربية، فهذه ما زالت تركز جهودها ومواردها على نشر بيانات التعداد بطرق تقليدية غير إبداعية. ومن الضروري اعتبار وظيفة "الاتصال" جزءاً لا يتجزأ من عملية الإنتاج الإحصائي والوصول استباقياً إلى المستخدمين المحترفين والمدرسين والطلبة والمواطنين، مع التأكيد بالطبع على أن استخدام البيانات وتحليلها ينبغي أن يكون جزءاً من استراتيجية الإحصاءات الرسمية.
- رفع سوية وعي المجتمعات وواضعي السياسات لأهمية استخدام بيانات التعداد في الخطط والتحليلات.
- العمل على أن تكون عملية التواصل استباقية بغية تعزيز الأهداف التي يسعى إليها مديرو التعداد.
- تحديث الاتصالات والتصوير البياني للنتائج وتطوير العروض التفاعلية للبيانات.
- تعزيز الوصول إلى بيانات التعداد واستخدامها.
- تطوير المنتجات الإحصائية باستخدام تطبيقات التكامل بين البيانات والتوزيعات الجغرافية والمكانية.

وتشمل عملية التواصل ما يلي²:

- هكذا يمثل التواصل ببيانات التعداد رصيماً استراتيجياً، كما أنه يدعم الاستقلال الوظيفي للأجهزة الإحصائية، والاستقلال التزام أساسي وإلزامي يساهم في تحقيق أهداف الشفافية والمساءلة تجاه مستخدمي البيانات على الصعيدين الوطني والدولي. وبالمقابل، يساهم غياب استراتيجية اتصال استباقية إسهاماً كبيراً في فقدان سمعة الأجهزة الإحصائية ومنتجاتها، ومنها مخرجات التعداد، والثقة بها.
- تصميم رسائل التواصل وتأطيرها لتناسب مجموعات محددة من جمهور مستخدمي البيانات.
- تصميم الأدوات والقنوات التي تناسب احتياجات الجمهور المستهدف.
- إعداد مبادرات تهدف إلى إشراك الجمهور المستهدف في الوصول إلى مخرجات التعداد التي تنال اهتمامه.
- إعداد برامج متنوعة تهدف إلى التوعية بأهمية بيانات التعداد ومخرجاته.
- استشارة مستخدمي البيانات بصورة منتظمة عن طريق تطبيقات تفاعلية، ومنها وسائل التواصل الاجتماعي.
- قياس نتائج عملية الاتصال في مجتمع المستخدمين.
- ويعتمد التواصل مع مستخدمي بيانات التعداد على ما يلي:
- فهم احتياجات مستخدمي بيانات التعداد وفقاً للمتغيرات المتعددة وتصنيفاتها.

لتوزيعات جغرافية ومكانية محددة، وإن كان نشر البيانات مرحلة أساسية أولية، كما ينص المبدأ الأول من المبادئ الأساسية للإحصاءات الرسمية الصادرة عن الأمم المتحدة.

ولا يعني مجرد نشر بيانات التعداد بالضرورة أن التواصل قد أنجز. فذلك وفقاً لدورة حياة تطوير الإحصائيات منفصل عن نشر جداول إحصائية محددة مسبقاً أو تطبيقات إلكترونية تمكن المستخدم من الوصول إلى المتغيرات التي يريدها وفقاً

3. دورة حياة تطوير الإحصائيات

- العملية الإحصائية دورة حياة محددة يمكن إيجازها بما يلي:
- إعداد مشاريع القوانين.
- بناء البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وقواعد البيانات والاختبارات.
- التنفيذ والاختبار.
- القيام بضمان الجودة.
- نشر البيانات الإحصائية والتعريفية.
- التواصل بالبيانات الإحصائية.
- تحديد طلبات المستخدمين للحصول على معلومات عن ظاهرة معينة.
- التحقق من توفر البيانات عن الظاهرة المختارة.
- إجراء تحليل تكلفة وفوائد جمع بيانات إحصائية جديدة.

4. أدوات التواصل مع مستخدمي بيانات التعداد

- هناك العديد من أدوات التواصل التي نستخدمها عند التواصل ببيانات التعداد، أهمها:
- ردود الفعل التي ترد من مستخدمي البيانات عن طريق وسائل متعددة.
- الشكاوى التي ترد عن الفجوات أو الاحتياجات غير المتوفرة.
- مقاييس الويب المتقدمة لأعداد الزائرين إلى مواقع بيانات التعداد.
- ردود التشاور للوقوف على أفكار المستخدمين،
- مسح مدى رضا المستخدمين.
- ورش العمل والمؤتمرات والمنتديات.
- الاجتماعات العلمية المتعلقة بموضوعات محددة.
- الطلبات الدورية.
- الطلبات المحددة.
- رصد ما يُكتب عن نتائج التعداد في وسائل الإعلام.
- وسائل التواصل الاجتماعي التي تمكن من الوقوف على التفاعلات مع البيانات والمخرجات.

5. فئات مستخدمي بيانات التعداد

يمكن تصنيف فئات مستخدمي بيانات التعداد كما يلي:

3. مستخدمو البيانات المهتمون بالبحوث والابتكار

- المجتمع العلمي من الأكاديميين والباحثين (كمثل مركز جامعة مينيسوتا IPUMS، الذي يوفر بيانات تعدادات ومسوح من أنحاء العالم متكاملة عبر الزمان والمكان).
- المستشارون والباحثون في الحكومة والقطاع الخاص.

4. المستخدمون ذوو المصلحة العامة

- المواطنون.
- وسائل الإعلام والصحفيون.
- الطلاب والمعلمين.

5. المستخدمون الذين لديهم اهتمام بأمر محدد، مثل مؤشرات أهداف خطة التنمية المستدامة لعام 2030

- العاملون في مجال السياسات الدولية، وأطر الرصد والمتابعة.
- المنظمات الدولية ككيانات الأمم المتحدة ومنظماتها المتخصصة والبنك الدولي وصندوق النقد الدولي والمنظمات الإقليمية.

1. المستخدمون الذين لديهم اهتمام بمجالات محددة، كالصحة مثلاً

- صناع القرار.
- العاملون في مجال السياسة العامة.
- العاملون في دراسات الجدوى المتعلقة بالتسويق.
- الخبراء في مجال معين، كالعاملين في مجال العقارات مثلاً.
- الشركات الخاصة.
- المنظمات غير الحكومية والجمعيات.

2. المستخدمون الذين لديهم مصلحة في إعادة استخدام البيانات

- منتجو الإحصاءات الرسمية الأخرى.
- الأجهزة الخاصة أو الحكومية التي توفر خدمات أو منتجات المعلومات.
- مزودو خدمات المعلومات الآخرون، كمنشئي التطبيقات، مثلاً.

6. شبكات التواصل الرقمي

هناك العديد من شبكات التواصل الرقمي التي يمكن للمعنيين ببيانات التعداد وتحليلها الاستفادة منها، كما يشير الجدول التالي:

شبكات التواصل الرقمي

مواقع الإنترنت المعدة خصيصاً	خدمات الترجمة الآلية الإلكترونية
منتجات الفيديو والأفلام الوثائقية وقنوات اليوتيوب عن التعداد	قواعد البيانات التفاعلية التي توفر خدمة البحث عن المعلومات
تطبيقات على الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية والأجهزة المحمولة	واجهات برمجة التطبيقات (API) للتبادل الإلكتروني للبيانات
أيقونات التصور	الندوات عبر الإنترنت
التصور الديناميكي ورسوم المعلومات	البريد الإلكتروني المباشر
الألعاب الإلكترونية والرسوم المتحركة	الروابط المختلفة على الإنترنت

7. شبكات التواصل الاجتماعي

يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المعروفة في التواصل، وأهم هذه الشبكات:

	فيسبوك	قُدِّر عدد المستخدمين في أيلول/سبتمبر 2019 بحوالي 2.45 مليار
	يوتيوب	قُدِّر عدد المستخدمين في عام 2019 بحوالي 1.9 مليار
	واتساب	قُدِّر عدد المستخدمين في عام 2019 بحوالي 1.5 مليار
	إنستغرام	قُدِّر عدد المستخدمين في عام 2018 بحوالي مليار
	تويتر	قُدِّر عدد المستخدمين بحوالي 335 مليوناً
	لنكدإن	قُدِّر عدد المستخدمين في عام 2019 بحوالي 660 مليوناً
	بنترست	قُدِّر عدد المستخدمين في الربع الأول من عام 2019 بحوالي 291 مليوناً

8. استخدام وسائل الإعلام

هناك العديد من وسائل الإعلام التي يمكن أن تسهم في التواصل مع مجتمع مستخدمي البيانات، ومنها:

1. وسائل التواصل التقليدية

- الكتيبات والمنشورات الورقية.
- ورش العمل والمؤتمرات والندوات.
- المجلات والنشرات الإخبارية.
- النشرات والمؤتمرات الصحفية.
- الملصقات بأنواعها.
- المقابلات التلفزيونية والبرامج الإذاعية.

2. وسائل التواصل الحديثة

- **المؤتمرات الصحفية:** يمكن أن تُعقد المؤتمرات الصحفية بانتظام لعرض نتائج التعداد، كمثل حجم السكان وخصائصهم، دون التطرق إلى منهجية الوصول إلى البيانات. ومن الضروري في هذه المؤتمرات إعداد نقاط محددة تلخص النتائج، ويفضل استخدام اللغة اليومية واجتناب استخدام المصطلحات الفنية المتخصصة. وفي حال استخدام الترجمة الفورية، من الضروري استخدام لغة بسيطة. وفيما يتعلق بالمضمون، يفضل استخدام البيانات الهامة لتكون مادة الحوار مع الصحفيين ويمكن استخدام وعرض

صور ورسوم بيانية توضيحية توزع عليهم. ويجدر عرض الوقائع على وسائل التواصل الاجتماعي، كالفيسبوك، مثلاً.

• الرسوم البيانية التصويرية Infographics³:

أصبح استخدام الرسوم البيانية التصويرية في مجالات الإحصاءات الرسمية، ومنها تعداد السكان والمساكن، أكثر شيوعاً خلال السنوات الخمس الماضية. وتعرض هذه الرسوم على مواقع الويب وفي المدونات وتوزع بواسطة قنوات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى استخدامها في وسائل الإعلام المرئية والأطالس الجغرافية والمواد التعليمية في المدارس والجامعات. وهي تساعد على إبراز محتوى بيانات ومعلومات التعداد وفقاً للمتغيرات السكانية والاجتماعية والجغرافية والمكانية المتعددة، نظراً لأنها جذابة بصرياً، فتجذب أنظار المستخدمين، كما يسهل عليهم فهم محتواها بسرعة. والأهم أنها تمكن المستخدمين من التفاعل مع المحتوى بطريقة تيسر تذكر المعلومات.

وقد بين عدد من الدراسات أن الأشخاص يحتفظون بالمعلومات المقدمة بصرياً فترة أطول بكثير من فترة احتفاظهم بالمعلومات المقروءة، ما يجعل الرسوم البيانية التصويرية أداة تواصل هامة لمقدمي العروض.

ويمكن إعداد الرسوم البيانية التصويرية بأشكال ثلاثة⁴:

- **الرسوم البيانية التصويرية الثابتة Static Infographics⁵:** هذا هو النوع الأكثر شيوعاً والأسهل تصميمًا والأقل كلفة إعداد، وهناك العديد من المصممين والرسامين القادرين على إنتاجه بسهولة. وبما أن هذا النوع من الرسوم ليس سوى صور، يسهل إعادة استخدامها ويتيسر توزيعها ونشرها على مواقع الويب والشبكات الاجتماعية دون الحاجة إلى ربطها بمكان استضافتها. كذلك يمكن بسهولة استخدام أجزاء من الرسم التوضيحي على أفراد أو في مواد أخرى، كالعروض التقديمية أو الكتيبات أو الرسوم المتحركة.

- **الرسوم البيانية التصويرية التفاعلية Interactive Infographics⁶:** هذا النوع من الرسوم وسيلة رائعة تتميز عن نوعي الرسوم البيانية التصويرية الآخرَين بأنها تتيح التفاعل مع المشاهدين، ما يجعلهم مفتونين بها فترات أطول. وهو يتطلب برمجة عالية الدقة، ما قد يجعل التصميم أكثر كلفة، ومن الضروري لدى التصميم الأخذ بالاعتبار التوافق مع أجهزة

العرض المستهدفة. ومع أن من الصعب طباعة هذا النوع من الرسوم أو إعادة استخدامه، لكنه ذو قيمة عالية، لأنه يمكن عرض مقادير أكبر من البيانات والمعلومات وييسر للمستخدم استكشاف البيانات بمفرده دون الحاجة إلى مساعدة، كما أنه يمتاز بقابلية التحديث، إضافة نقاط ملاحظة حديثة على بيانات تعداد سابق، فيتمكن المشاهد من الوقوف على تطور الظاهرة المعنية، كظاهرة الهجرة أو تركيب السكان وفقاً للعمر والجنس، مثلاً.

- **الرسوم البيانية التصويرية المتحركة Motion Infographics⁷:** هذا النوع من الرسوم أداة للتواصل جذابة ومليئة وغنية بالمحفزات تستحوذ على انتباه المُشاهد طوال وقت العرض. وهو يتيح عرض المعلومات وتطورها بسرعة ويوفر بيئة مواتية لشرح موضوع معقد برسوم توضيحية متحركة مدعّمة بنص حركي وبشكل ممتع. ويمزج هذا النوع من الرسوم الصور والرسائل المتحركة التي تركز على المضمون وعلى التواصل الجاذب للمشاهد. وهذا كله يتطلب مهارة متخصصة ومعدات لتصوير الفيديوها ما يجعل كلفة الإعداد أعلى مما في حالة النوعين السابقين.

4 <https://modicum.agency/blog/infographics-three-formats-for-communicating-information/>

5 <https://www.stats.govt.nz/infographics/>

6 <https://www.snapapp.com/blog/75-interactive-infographic-examples-inspire-your-content-team/>

7 <https://killervisualstrategies.com/motion-graphics>

9. مهارات الاتصال

- يتطلب التواصل الفعال مهارات اتصال من مثل:
 - إقامة العلاقات الإعلامية وذلك بدوره يقتضي رصد وتحليل مضمون وسائل الإعلام وإعداد البيانات والمؤتمرات الصحفية.
 - التصميم الرقمي وتصوير البيانات.
 - كتابة المحتوى بأشكال متنوعة للمواقع الإلكترونية وتحليل البيانات وكتابة التقارير وإعداد المدونات.
 - إعداد استراتيجية التواصل وتحديد الرؤية والأهداف والخطة التنفيذية والتقييم والرصد.
- إدارة المواقع على الإنترنت وتحديث محتوياتها بانتظام.
- استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك إعداد خطة عمل والتسويق الرقمي والإعلانات وإعداد محركات البحث والتفاعل مع المستخدمين.
- تعزيز الارتباطات مع مستخدمي البيانات، بما في ذلك بناء العلاقات والشراكات مع الأجهزة الحكومية والمنظمات الدولية ومراكز البحوث ومجموعات العمل.
- رصد تنفيذ خطط العمل.

10. أخلاقيات التواصل بالبيانات

- يتطلب التواصل باستخدام بيانات التعداد أخلاقيات يتعين الالتزام بها، ومنها:
- السعي الجاهد إلى تحليل بيانات التعداد نظراً لأهميتها في احتساب العديد من المؤشرات المركبة والبسيطة.
- الحرص على تحديد مواعيد مسبقة لنشر النتائج والتواصل بها.
- استخدام التطبيقات والأساليب التحليلية والتقنيات المتقدمة في تحليل البيانات لضمان الوصول إلى تحليلات صحيحة.
- الاستمرار في تطوير منهجية التواصل.
- ضمان تطبيق الخبرة الإحصائية والكفاءة الموضوعية.
- استخدام الطرق المناسبة لعرض البيانات.
- الانضمام إلى مجتمع البحوث.
- فهم النظرية والبيانات والأساليب فهماً صحيحاً.
- احترام مساهمات الآخرين والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية.
- كشف وحل التضارب في البيانات.
- تقديم الدعم للنظراء والتعامل الإيجابي مع مراجعات الأقران.

11. تطوير استراتيجية اتصال تتمحور حول المستخدم

1. مكونات استراتيجية التواصل⁸

ينبغي لاستراتيجية التواصل أن تحدد:

- أهداف تواصل واضحة قابلة للقياس والتقييم.
- مستخدمي البيانات وقنوات التواصل المتاحة.
- خطة تنفيذية لها جدولها الزمني.
- مخاطر التواصل وإجراءات التخفيف منها.
- مدى توفر الموارد المادية والبشرية.

2. خطوات إعداد استراتيجية التواصل⁹

- **بيان الغرض:** من البديهي تحديد غرض استراتيجية الاتصال والأهداف التي تتوخى تحقيقها. وليست هناك في هذا الصدد حاجة إلى التفصيل البالغ، فهذا البيان لا يعدو كونه مرجعاً وتذكيراً.
- **تحديد الوضع الراهن:** في الجزء التمهيدي من استراتيجية الاتصالات، من الضروري عرض ما يجري من تواصل وتحديد نقاط القوة والضعف فيه، أي تحديد ما نجح وما لم ينجح جيداً. ويمكن في تحديد الوضع الراهن استخدام الأساليب التالية:

تهدف استراتيجية التواصل في الدرجة الأولى إلى فهم احتياجات مستخدمي البيانات من منتجات تلقى الضوء على جوانب التنمية الوطنية والدولية وتتبّع وترصد تنفيذ أهدافها. وهذا يتطلب أن تكون ثنائية الأبعاد بإدماج المستخدمين في مجتمع الإحصائيين. ويمكن وصف الاستراتيجية بأنها خارطة طريق للانتقال من الحالة الآن إلى الحالة المرجوة، أي أنها بعبارة أخرى تحدد ما يراد تحقيقه في المستقبل والسبيل إلى إنجازه. وإذا كانت استراتيجية التواصل أن تحدد الوجهة جيداً وتبين الظروف التي يتعين تهيئتها على الطريق إلى النجاح. فإنها ينبغي أن تعتمد منهجية للتخطيط الاستراتيجية صحيحة لوضع خطة تنفيذية واقعية قابلة للتنفيذ، وأن تقوم على:

- استخدام الذكاء الاصطناعي في استخراج البيانات.
- استخدام وسائل مصممة مسبقاً للتواصل بالبيانات.
- استخدام كافة مفاهيم التواصل.
- استخدام وسائل متعددة للتواصل.
- تطبيق المعرفة الإحصائية في عرض البيانات.

8 .Victoria Person (2016) Writing a Communication Strategy. University of Oxford

9 <https://knowhow.ncvo.org.uk/campaigns/communications/communications-strategy>

- تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات SWOT: يتضمن بالإضافة إلى تحليل هذه النقاط في منظومة الاتصال، كيفية تحويل التهديدات إلى فرص وإمكانية التغلب على نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة.
- تحليل الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي-الثقافي والتكنولوجي PEST: يتضمن تحليلاً للعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية-الثقافية والتكنولوجية التي يمكن أن تؤثر على أعمال التواصل، سواء كانت إيجابية أم سلبية.
- التعلم من الدروس المثلى، والنظر فيما يمكن تعلمه من الأجهزة العاملة في الحقل نفسه.
- **الأهداف التنظيمية وأهداف الاتصال:** تحديد الخطة التنظيمية والرؤية الشاملة للمؤسسة والغايات الأساسية التي تسعى إلى تنفيذها وإيضاح دور استراتيجية الاتصال في تحقيقها وربط أهداف التواصل بالأهداف العامة للمؤسسة.
- **تحديد أصحاب المصلحة:** تحديد المستهدفين من جمهور عام وسياسيين وموظفي حكومة.
- **الرسائل:** تقسيم الأهداف إلى رسائل مناسبة لكل فئة من فئات المستخدمين وربط هذه الرسائل بالأهداف التنظيمية الرئيسية.
- **طرق الاتصال الرئيسية:** تحديد أنسب قنوات التواصل مع فئات المستخدمين، بما في ذلك إجراء تحليل داخلي للقنوات الموجودة لمعرفة الأفضل منها للاستخدام في توصيل رسائل محددة إلى جماهير معينة.
- **خطة العمل:** بالاستناد إلى ما جرى من تحديد للجمهور المستهدف وطرق الاتصال الرئيسية، إعداد جدول بأنشطة الاتصالات الرئيسية والموازنة والموارد المخصصة لتنفيذ الاستراتيجية، بما في ذلك أية مشاريع أو مناسبات أو منشورات محددة مقررّة.
- **تقييم النجاح:** تعيين الأدوات التي ستستخدم في تقييم الإنجازات ومدى تحقيق الأهداف.

- Ahmad Hussein (2018) Dissemination and Utilization of Census Products: Emerging trends and lessons learned. ESCWA and UNFPA- Arab States.
- Dr. SM Tam. Data communication - emerging International Trends and practices of the Australian bureau of statistics.
- Filomena Maggino, Marco Trapani. Presenting and communicating statistics: principles, components, and their quality assessment. A proposal. Universita degli studi di Firenze (Italy).
- Olivia Or. Data visualization and its Application in Official Statistics. Census Department, Hong Kong, China.
[//www.statistics.gov.hk/wsc/CPS109-P4-S.pdf](http://www.statistics.gov.hk/wsc/CPS109-P4-S.pdf).
- Per Nymand-Andersen (2017) (European Central Bank). Preparing a statistics communication strategy. Conference of European Statisticians.
- Sibylle von Oppeln-Bronikowski, Susanne Hagenkort-Rieger and Maria Joao Santos. New trends in communication: branding and content marketing.
- Stephen Penneck. Office for National Statistics. UK. User engagement Strategy.
- Statistics Denmark (2016) Communication and dissemination strategy (2016-2020).
- UNECE (2016) Value of official statistics - intern report. ECE/CES/2016/11.
- UNECE (2018) Recommendations for Promoting, Measuring and Communicating the Value of Official of Statistics. Geneva.
- UNECE (2018) In-depth review of emerging issues in statistical communication Bureau of the Conference of European Statisticians in October 2017 and February 2018.
- Werner Grunewald and Hans- Joachim Mittag EC Luxembourg (2006 ICOTS-7) Data Visualization and Its Application in Official Statistics. Census and Statistics Department. Hong Kong, China
<https://www.statistics.gov.hk/wsc/CPS109-P4-S.pdf>.



