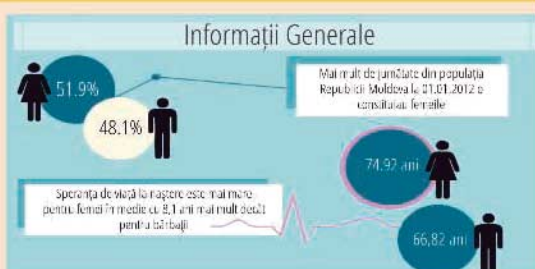


GHID DE ÎNȚELEGERE ȘI RELATARE A STATISTICILOR

RESURSA PENTRU JURNALISTI SI COMUNICATORI

In the past 2 years,
the percentage of U.S e-commerce sales via mobile devices has risen from 2% to 8%.

Percentage of total U.S. e-commerce dollars spent via tablet or smartphone



This comes as no surprise, given the rapid rise of smartphone and tablet adoption.

Smartphones users
in the United States
(in millions)

in the United States
(in millions)

GHID DE ÎNȚELEGERE ȘI RELATARE A STATISTICILOR

In March 2012, more than
40 million
Americans visited
via tablet or smartphone.

RESURSA PENTRU JURNALIȘTI ȘI COMUNICATORI



Unique visitors to mobile web properties of U.S. retailers (in millions)
Mobile web + apps

Amazon

eBay

Netflix

Wal-Mart

Target

41.2

27.2

13.4

12.7

6.9

The percentage of mobile visits to online retailers' websites is in line with the mobile revenue share.

Chișinău, 2013

Percentage of visits to online retailers by device January 2011 December 2011

3% 6%

96% 90%

1% 11%

CZU: 311:070

G 49

Acest ghid este elaborat în colaborare cu Biroul Național de Statistică (BNS) al Republicii Moldova și cu suportul Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD), Entitatea Națiunilor Unite pentru Egalitatea de Gen și Abilitatea Femeilor (UN Women), Fondul Națiunilor Unite pentru Populație (UNFPA), Fondului Națiunilor Unite pentru Copii (UNICEF) și al Guvernului Suediei în cadrul Proiectului Comun ONU „Consolidarea Sistemului Statistic Național”.



United Nations
MOLDOVA

„Ghidul de înțelegere și relatare a statisticilor. Resursă pentru jurnaliști și comunicatori” a fost discutat și aprobat pentru publicare în cadrul ședinței Consiliului profesoral al Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a USM din 30 ianuarie 2013 (proces verbal nr.5).

Referenți:	Prof. univ., dr. Constantin Anghelache, ASE București. Prof. univ., dr. hab. Victor Moraru, AȘM.
Autori:	Mihail Guzun, Georgeta Stepanov, Ion Pârțachi, Igor Guzun, Ludmila Andronic
Manager de proiect:	Conf. univ., dr. Mihail Guzun
Coordonator PNUD Moldova:	Aurelia Spătaru
Redactor al ediției:	Vasile Spinei
Design și tehnoredactare:	Sergiu Corlat
Experți BNS:	Lucia Spoială, director general BNS al Republicii Moldova Ala Păslariuc, șef Serviciu informare și comunicare cu mass-media

© ONU Moldova, 2013

Reproducerea totală sau parțială a fragmentelor din această publicație este autorizată doar cu condiția indicării clare și exacte a sursei.

Opiniile prezentate în această lucrare aparțin autorilor și nu reflectă neapărat opiniile oficiale ale agențiilor Organizației Națiunilor Unite.

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții:

Ghid de înțelegere și relatare a statisticilor: resursă pentru jurnaliști și comunicatori / Guzun Mihai, Stepanov Georgeta, Ion Pârțachi [et al.]. – Chișinău: CEP USM, 2013. – 36 p.

150 ex.

ISBN 978-9975-71-426-6.

311: 070

G 49

„Să ne așezăm pe această bârnă de pe marginea drumului – am spus eu - și să uităm de lipsa de umanism și de depravarea poezilor. În coloanele lungi de fapte reale și în acțiunile și măsurile general acceptate – iată unde trebuie să căutăm frumusețea. Stăm pe această bârnă și în interiorul ei, doamna Sampson, îi spun, se află atâtea date statistice încât ele ne vor impresiona cu mult mai mult decât orice poem. Inelele copacului ne spun că acesta a avut o vârstă de 60 de ani. La o adâncime de două mii de metri peste trei mii de ani copacul se va transforma în cărbune. Cea mai adâncă mină de cărbune din lume se află la Killingworth, în apropiere de Newcastle. Într-o ladă de patru metri lungime, trei metri lățime și doi metri înălțime încapă o tonă de cărbune. Dacă este tăiată o arteră, aplicați un garou deasupra răni. Piciorul are 30 de oase. Turnul din Londra a ars în anul 1841”.

„Continuați, domnule Pratt, continuați, spune doamna Sampson. Ideile Dumneavoastră sunt atât de originale și de liniștitoare. Cred că nu este nimic mai adorabil ca statistica”.

O. Henry | Gimeneya

Acasă				Deplasare			
Atac	Peste	Partide jucate	Peste	Sub	Partide jucate	Peste	Sub
Cuprins							
13	2	3	6	2	7	7	0
	Despre autori					7	
13			6	2	7	9	0
	Cuvânt înainte						
12			7	0	8	5	3
	Limbajul statistic:						
	deopotrivă științific și pe înțelesul tuturor				11		
12			7	0	8	5	3
	Erori comune:						
	de la greșeli la exactitate			3	8	14	0
12					7	6	1
	Scrierea și prezentarea cifrelor						
	în jurnalism și comunicare:						
	unificarea cifrelor		5	2	8	18	2
11			5	2	8	6	2
	Procentaje și riscuri:						
	înțelegerea modificărilor						
	relative și absolute		6	1	8	20	4
10					7	5	2
	Umanizarea statisticilor:						
	cifrele sunt de fapt despre oameni				23		
10			5	2	8	5	3
	Ilustrarea statisticilor:						
	de la grafice la infografice și videografice				27		
10						6	2
	Aspecte etice						
	ale utilizării datelor statistice			4	7	29	5
9			8	4	4	7	31
	Glosar						
9			8	6	2	7	34
	Resurse						
9	6	8		5	3	7	4
7	8	8		5	3	7	2
7	8	7		3	4	8	4

Despre autori

Este absolvent al Facultății de Filologie, Secția Jurnalistică, a Universității de Stat din Moldova.

În perioada 1973 – 1982 lucrează corespondent, șef de secție, secretar general de redacție, iar din 1977 redactor-șef al ziarului Tinerimea Moldovei.

În anii 1999 – 2002, 2010 – 2012 este decan al Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării a USM. În prezent exercită funcția de director al departamentului Teoria și Practica Jurnalismului al Facultății Jurnalism și Științe ale Comunicării a USM.

În anul 1987 își ia doctoratul la Universitatea de Stat din Leningrad (astăzi Sankt-Petersburg). Este doctor în filologie, conferențiar universitar, specialitatea: Jurnalism și Științe ale Comunicării.

Este autor a peste 40 de lucrări științifice consacrate comunicării mediatice.

Prin Decretul Președintelui Republicii Moldova din 11 decembrie 2012 Dlui Mihail Guzun i s-a conferit Medalia „Meritul Civic”.



**Mihail Guzun -
coordonator.**

Doctor în științe politice, conferențiar universitar, Universitatea de Stat din Moldova.

Absolventă a Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării, USM.

Autor și coautor a numeroase manuale, studii și articole științifice de specialitate în țară și peste hotarele ei. Expert în cadrul programelor naționale și internaționale din domeniul mass-media. Membru al Uniunii Jurnaliștilor din Republica Moldova.

În prezent – decan al Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova.



**Georgeta
Stepanov**



Ion Pârțachi

Absolvent al Facultății de Matematică și Cibernetică, Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, doctor în economie (1990).

Autor și coautor a numeroase lucrări și studii de specialitate în țară și peste hotarele ei. Conducător de doctorat în domeniul statisticii și referent de specialitate pentru evaluarea tezelor de doctorat.

În prezent – profesor universitar și șef-catedră „Statistică și Previziune Economică” la ASEM, profesor invitat în România și Franța, cercetător științific asociat al Institutului de Prognoză Economică al Academiei Române.



Ludmila Andronic

Absolventă a facultății de Jurnalism a USM și a facultății de Științe ale Comunicării SNSPA, București.

Profesează în domeniul Relațiilor Publice din anul 1994, activând în Ministerul Economiei, apoi companiile Voxel (Orange), Le Bridge și Efes Vitanta. A avut multiple colaborări în calitate de exeprt local cu reprezentanțele organizațiilor internaționale precum UNDP, USAID, Banca Mondială ș.a.

Timp de 4 ani a condus revista economică Business Class. Lector universitar superior, activează la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării USM din anul 2000. Este co-autoarea manualului Comunicarea societală și Relații Publice în situație de criză (2009) și a Ghidului Bune practici în Relațiile Publice (2011).



Igor Guzun

Lector superior. În 12 ani de profesorat la Universitatea de Stat din Moldova și în cei 7 de când a creat agenția de comunicare „URMA ta”, a învățat că atunci când oamenii își pun ideile și visele în mișcare se întâmplă o magie. Igor Guzun a adus din Japonia și din Statele Unite, unde a fost ca reporter sau ca invitat al celei mai vechi facultăți de jurnalism din lume, mai multe idei pentru dezvoltarea mass-media din Moldova.

Cuvânt înainte

Dacă statistica este culegerea, prezentarea, analiza și interpretarea datelor numerice și o știință prin care învățăm, gândim și percepem realitatea cu ajutorul cifrelor, aceasta are o conexiune foarte apropiată cu alte două domenii în care reflectarea, cititul, scrisul și expunerea sunt la fel de necesare: jurnalismul și comunicarea.

Mergând mână în mână, statistica, comunicarea și jurnalismul pot genera consecințe benefice pentru comunitatea umană. Pot ajuta oamenii să înțeleagă și să conștientizeze ce se întâmplă în jurul lor și să-i implice astfel în activitățile practice. Pot mobiliza autoritățile să obțină performanțe comparabile cu țările spre care tindem să ne integrăm. Sau, pur și simplu, să-i ajute pe toți să știe și să cunoască mai multe, să se orienteze mai bine în labirinturile lumii contemporane, să procedeze în mod conștient, să se dezvolte și să trăiască o viață productivă.

Această resursă conectează statistica, jurnalismul și comunicarea pentru a oferi instrumentele necesare ce aduc beneficii celor trei profesii, - de

Programul de Bună Guvernare 2010-2012

statistician, ziarist și comunicator. În acest ghid veți găsi recomandări, bune practici, observații și experiențe inedite care să ajute angajații din media-media și sfera comunicării să prezinte statisticile într-un mod corect și eficient. Ghidul este adresat și celor care au început să-și facă profesia la mașina de scris / calculator, și celor care nu o pot face bine decât cu gadgeturi.

Autorii

Limbajul statistic: deopotrivă științific și pe înțelesul tuturor

Statisticile au împrumutat de la matematică precizia și certitudinea și, ca orice altă știință, au un limbaj specific. Atunci când sunt prezentate în mass-media, statisticile sunt uneori prea multe, altă dată neînțelese sau exprimate în termeni exacți dar necunoscuți pentru public.

Sarcina profesioniștilor – a celor din statistică și a celor din mass-media – este să găsească mijlocul de aur care să-i împace pe toți astfel încât textele și mesajele să fie în beneficiul tuturor.

„Să învăț statistica, nu, mulțumesc, ea mă sperie!”, ar putea exclama unii. Consolarea este că statistica poate fi înțeleasă și fără formule matematice. Inclusiv prin deprinderea de către profesioniștii din comunicare și mass-media a noțiunilor cheie și utilizarea acestora într-un mod potrivit și pe înțelesul publicului. Aici sarcina jurnaliștilor și a comunicatorilor este să înțeleagă cifrele și să se asigure, cu ajutorul specialiștilor în statistică și al altor profesioniști, de faptul că aceste cifre sunt exprimate corect în cuvinte și istorii.

Valoarea medie nu este mediana, procentele nu sunt puncte procentuale, incidența unei maladii nu trebuie confundată cu prevalența, iar procentele nu

1

trebuie adunate ca și cum am aduna numere cardinale. Avem nevoie deci de o bună stăpânire a limbajului și noțiunilor. Ce sunt toate aceste noțiuni cheie în statistică ne ajută să înțelegem GLOSARUL din capitolul final și, dincolo de conținutul restrâns al acestui glosar, dicționarele din viața de zi cu zi: DEX-ul și DOOM-ul: dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române.

Apropo, statistica este o știință a colectării și analizării datelor numerice. Statisticile sunt folosite pentru previziune (a cursului/perioadei, a economiei), pentru analiza evenimentelor trecute și prezente (rata anuală a inflației) și pentru luarea deciziilor (e nevoie de alte acțiuni în vederea reducerii criminalității?).

Mai mulți statisticieni, jurnaliști și savanți au fost rugați să spună cum înțeleg ei statisticile și de ce capcane trebuie să ne ferim. Iată câteva

recomandări, grupate în ghidul „MAKING SENSE OF STATISTICS – Sense About Science”:

1

- Statisticile împrumută de la matematică un aer de precizie și certitudine, însă apelează la judecata omului, deci sunt supuse prejudecăților și părtinirii.
- Știind ce anume s-a măsurat și cum, putem afla dacă un studiu răspunde într-adevăr întrebării adresate. Pentru că oamenii sunt interesați: dacă o statistică este răspunsul, care a fost întrebarea?
- Precum cuvintele, la fel și numerele, și statisticile au înțelesuri diferite în contexte diferite.
- Doar pentru că ceva este statistic semnificativ, aceasta nu înseamnă că este practic semnificativ sau că prezintă importanță pentru societate¹.

1. Nigel Hawkes, Leonor Sierra, "MAKING SENSE OF STATISTICS – Sense About Science", Senseaboutscience.org.

2

Erori comune: de la greșeli la exactitate

Apropo, există mai multe tipuri de medii. Fiecare poate da un răspuns diferit și trebuie să aflăm de ce a fost folosit unul anume. Pentru a face un comunicat, articol sau speech mai dramatice, unii deseori folosesc cel mai extrem număr dintr-un set de valori posibile, aceasta fiind o valoare aberantă – valoare posibilă, dar puțin probabilă. Dar aceasta nu este singura eroare din media...

Modul în care datele statistice sunt rezumate sau prezentate poate conduce la concluzii greșite, chiar dacă statisticile sunt corecte. Rezultatele studiilor sunt cuprinse, de obicei, într-o singură cifră, însă aceasta s-ar putea să nu fie tot ce s-a aflat prin studiu. Sunt capcane obișnuite de care trebuie să fim conștienți: există mai multe tipuri de medii, valorile extreme nu sunt foarte probabile, iar numerele mari (și mici) sunt greu de înțeles în afara contextului.

Cuvântul „**medie**” este folosit adesea în știri cu sensul de medie aritmetică (suma valorilor enumerate împărțită la numărul de valori). Dar media aritmetică nu ne dă mereu informația cea mai folositoare: s-ar putea să avem nevoie de valoarea

mediană (punctul de mijloc) sau de valoarea cea mai des întâlnită.

„Dacă ai vrea să afli câți copii locuiesc în fiecare casă dintr-un anumit loc, ai afla că media este de 2,3 – adunând toți copiii din zonă și împărțind la numărul de case. Dar acest număr nu ți-ar spune că în majoritatea caselor nu se află niciun copil. Dacă ai ordona casele în funcție de câți copii sunt în fiecare și casa din mijloc ar avea doar unul, mediana ar fi 1”, spune Harriet Ball.

Atenție, de asemenea, la **procente** și **puncte procentuale** și, mai ales, la interpretarea lor. Trebuie să fim atenți în găsirea schimbărilor, dacă sunt luate în calcul un număr nu prea mare: Dacă va crește ceva de la o unitate la trei, rezultă că creșterea este de 200 procente. În general, comentând schimbările, exprimate în procente, este important să avem o imagine clară a diferenței dintre procente și puncte procentuale. De exemplu, dacă în 2012 în comparație cu 2011 numărul persoanelor, care dețin o vilă a crescut de la 21,3 la 23,3 procente – creșterea constituie 2 puncte procentuale (și nu 2 procente).

Alte erori comune vizează noțiunile utilizate eronat, comparațiile făcute greșit sau perioadele selectate în mod arbitrar pentru a fi comparate.

Există și complicații atunci când este vorba de zecimale și rotunjiri. Indicarea zecimalelor deseori oferă impresia de exactitate, ceea ce este neîntemeiat. Valorile procentuale sunt prezentate cu 2 semne zecimale, deseori al doilea semn zecimal nu ajută la înțelegerea datelor. În afară de aceasta, tabelele și cifrele vor fi înțelese mai ușor, dacă vom înlătura partea sutelor. O abatere de la această regulă este situația în care în rapoarte se indică părți mari procentuale, de exemplu, creșterea anuală a populației în mărime de 0,56 procente.

GHIDUL DE STIL cu norme etice pentru jurnaliști² are câteva recomandări extrem de utile la prezentarea sondajelor în mass-media, care de fapt, țin mai mult de cifre decât de statistici. Astfel vom indica în mod obligatoriu compania/organizația care a efectuat sondajul și finanțatorul acestuia. Vom indica perioada, metoda chestionării (față în față sau la telefon) și eșantionul. Vom informa publicul în mod obligatoriu despre marja de eroare.

De asemenea, la prezentarea sondajelor nu vom conta pe interpretările pe marginea rezultatelor, făcute de organizația care a comandat sondajul. Vom reflecta rezultatele în contextul tendințelor și doar atunci când explicațiile specialiștilor vor fi convingătoare, se vor baza pe argumente solide și nu pe supoziții. Și aici este necesară o precizare importantă: statistica nu comandă electorale.

2. GHIDUL DE STIL cu norme etice pentru jurnaliști, Asociația Presei Independente, http://api.md/files/ghid_final.pdf.

De multe ori, pentru ca datele statistice sa ajungă inclusiv la publicul profesionist (adica la jurnalisti, in cazul nostru) acestea sunt, mai intai, citite, analizate si selectate de catre comunicatori. Acestora le revine un rol foarte important in procesul de diseminare a datelor statistice, deoarece ei ofera materialul factologic, dar, totodata, pot oferi si detalii, exemplificări, surse adăugatoare. Dacă este cazul, comunicatorii trebuie să facă referință la perioade anterioare, la situația generală pe țară sau la situația globală. Această intervenție a comunicatorilor, pe de o parte, simplifică munca jurnaliștilor, pe de alta – reprezintă o sarcină de bază a comunicatoului și anume, de a participa la plasarea știrilor care conțin date statistice într-un context adecvat.

Nu vom credita sondajele cu mai multă credibilitate decât ar fi cazul. Vom folosi termeni ca „sugerează” în loc de „demonstrează” sau „arată”.

Vom atrage atenția cititorilor asupra oricăror evenimente care ar fi putut influența într-un anume fel rezultatele sondajului.

În cazul alegerilor, vom respecta prevederile legale privind publicarea sondajelor. În ziua alegerilor nu vom publica nici un rezultat până în momentul închiderii secțiilor de votare (7:00-21:00). Vom edita vox-populi astfel încât ambele părți ale unei dispute să fie prezentate, echitabil și echilibrat.

Scrierea și prezentarea cifrelor în jurnalism și comunicare: unificarea cifrelor

La fel ca și cuvintele, cifrele și statisticile au înțelesuri diferite în contexte diferite și mai ales atunci când sunt scrise diferit. În jurnalism există un set de bune practici care îi ajută pe profesioniști să unifice scrierea cifrelor și să pună ordine în înțelegerea lor.

Chiar pentru simplele procente, există câteva tipuri de scriere: procente, % și la sută. Regula este să unificăm într-un text scrierea lor. La fel, același text trebuie să conțină o scriere unificată a cifrelor pentru a putea fi mai ușor comparate:

Mulți utilizatori ai datelor statistice întâlnesc dificultăți la observarea diferenței între numerele cu trei sau mai multe cifre după virgulă. Ei pot fi ajutați prin metoda rotunjirii mărimilor. Rotunjirea mai poate fi folosită în cazurile în care nu este nevoie de un nivel înalt de exactitate a datelor. În unele cazuri doar datele rotunjite pot fi de încredere, și prin urmare trebuie să fie introduse în tabele, deși trebuie să aveți grijă ca datele rotunjite să nu conducă la pierderea în exces a informației.

Numerele rotunjite se memorează și se înțeleg mai ușor decât numerele exacte. Dacă este necesar să determinați valorile cu zecimale, trebuie să aliniați după categorii, ci nu după partea dreaptă. Folosirea aceleiași categorii de zecimale în toate valorile este mult mai adecvată.

3

Se folosesc, de asemenea, rotunjiri cu polarizare, care se efectuează doar într-un singur sens. De exemplu, atunci când se precizează vârsta persoanelor (care este exprimată în ani) rotunjirea se face în minus. Astfel, dacă se spune că vârsta unei persoane este de 51 de ani, este posibil ca vârsta reală să fie de 51 de ani abia împliniți (51 de ani și 0 zile) sau să fie aproape 52 ani (51 de ani și 364 zile).

51 de ani: aceasta înseamnă că persoana are **51 și 0 zile** sau aproape 52 de ani - **51 de ani și 364 zile**.

Cifrele care sunt integrate în comunicate de presă sau în materiale jurnalistice pot fi evidențiate printr-o tehnică simplă, care presupune aducerea în față a acestora în cazul titlurilor sau ale inserțiilor grafice. De exemplu:

„În I trimestru al anului 2013 clienții operatorilor de telefonie mobilă din Moldova au expediat 163,2 mln SMS-uri” va fi mult mai repede reperată și receptată de public fiind prezentată în felul următor:

„163,2 mln SMS-uri au fost expediate de clienții operatorilor de telefonie mobilă din Moldova în primul trimestru al anului 2013”

Procentaje și riscuri: Înțelegerea modificărilor relative și absolute

Cunoașterea modificărilor relative și absolute arată cât de mare este, de exemplu, riscul și cum ne poate afecta. Înainte ca oamenii să reacționeze la un procentaj, trebuie să se gândească la ceea ce spune cu adevărat acesta, iar pentru a face asta trebuie plasat în context. Și jurnaliștii, și comunicatorii au obligația să facă asta prin angajamentul lor de a nu produce panică și prejudicii prin informațiile pe care le difuzează.

„Înainte să reacționezi la un procentaj trebuie să te gândești la ceea ce îți spune cu adevărat și pentru a face asta trebuie să îl pui în context. Să luăm, de exemplu, studiul conform căruia 99% din decese din primele patru săptămâni de viață au loc în țările în curs de dezvoltare. Deși sună îngrozitor, în jur de 90% din toate nașterile au loc în țări în curs de dezvoltare. Deci, șansele ca un bebeluș să moară în primele patru săptămâni sunt doar de 11 ori mai mari aici – destul de rău, cinstit vorbind”, spune Christina Pagel de la Clinical Operational Research Unit at University College London.

Iată de exemplu, o știre recentă de pe site-ul www.lenta.ru: „Gospodăriile casnice din SUA cheltuiesc, în medie, 312 dolari anual pentru conectarea la Internet și achiziționarea de gadget-uri. În comparație cu anul 2011, cheltuielile au crescut cu 36%.

Conform datelor Asociației Americane a Consumatorilor de electrocasnice, în fiecare casă americană sunt, de obicei, de două ori mai multe aparate conectate la Internet, și numărul acestora continuă să crească.

Conform unui sondaj efectuat de Compania de consultanță Accentuare la începutul anului 2012, cetățenii Rusiei cheltuiau, raportat la venituri, pentru gadget-uri mai mult decât americanii și europenii. În timp ce în SUA sunt cheltuite pentru electronice 1,8% din veniturile gospodăriilor casnice, iar în Germania și Franța – aproximativ 2%, în Rusia aceste cheltuieli constituie 3,6% din veniturile gospodăriilor casnice. E de notat, că în Rusia acest sondaj a fost efectuat exclusiv printre locuitorii orașelor.

Aici jurnalistul folosește mai multe tehnici capabile să îi îmbunătățească materialul: și date statistice din diverse surse, și comparații. Însa, foarte importantă este mențiunea cu privire la faptul că sondajul respectiv a fost efectuat în Rusia doar printre orașeni, deoarece mențiunea imediat clarifică unele lucruri, cum ar fi: situația de la sate și orașe poate să se deosebească dramatic, la fel ca și raportul referitor la cheltuieli/venituri ale gospodăriilor (atat compararea veniturilor sătenilor și orașenilor ruși, cât și compararea

4

veniturilor gospodăriilor casnice ale locuitorilor Rusiei cu cei din SUA sau Europa). În funcție de faptul dacă sunt folosite sau nu datele despre delikte, arestări, acuzații, prezentări la judecată, condamnări sau sentințe la privațiune de libertate, tabloul obținut poate fi diferit.

Câțiva factori externi pot avea efecte semnificative asupra comparațiilor de la an la an: de exemplu, la calcularea procentajului, diferențelor le-ar putea reveni cea mai mare parte sau cinci la sută din „creșterea” „ratei delictvenței juvenile”. Cifrele în acest domeniu, de altfel ca și în altele, sunt deschise pentru manipulări. Un guvern care dorește să demonstreze succesul obținut în „combaterea criminalității” ar putea să găsească o altă culegere de date pentru a fi publicate, spre deosebire de guvernul care intenționează să creeze publicului un sentiment de nesiguranță pentru a garanta susținerea măsurilor represive.

În plus, alegerea grupului de vârstă selectat poate afecta considerabil tendințele intuite, la fel cum o pot face și diferite definiții pentru delikte „grave” și „mai puțin grave” și, desigur, o schimbare voalată a „arestărilor” în „condamnări” și viceversa, folosite ca bază pentru cifre în fiecare an.

Rata generală, de asemenea, ascunde multe caracteristici importante: dacă furtul unei ciocolate și jefuirea unei persoane în stradă se consideră ca fiind două „cazuri” diferite, atunci încă un furt de ciocolată aparent ar mări rata delictvenței cu 50 la sută, aceasta însă evident ar reprezenta un tablou foarte distorsionat al realităților delictvenței juvenile.

Umanizarea statisticilor: cifrele sunt de fapt despre oameni

Cifrele cele mai elocvente sunt cele utilizate prin comparație, cele plasate într-un context anume, cele dozate și, mai ales, cele care arată oamenii din "spatele" lor. Guvernele care operează cu statistici nu au copii, oamenii – au, spunea un oficial, și vom vedea în continuare în acest text relevanța acestei observații. Dincolo de cifre, există o lume reală pe care acestea le reprezintă: copiii care merg la culcare flămânzi în fiecare seară au nume, femeile care mor la naștere din cauze care pot fi prevenite au familii care le plâng, agricultorii care beneficiază sau nu de subvenții suficiente muncesc într-o anumită regiune și au și ei angajați pentru care sunt responsabili.

Apropo, dacă este anunțată o cifră pentru cheltuieli publice, împarte-o la numărul de oameni și apoi la numărul de săptămâni dintr-un an. Rezultatul îți arată cât valorează cifrele respective pe săptămână, pentru fiecare persoană.

Toate numerele, mai mari sau mai mici, trebuie puse în context pentru a avea o semnificație: o zi cu un grad C⁰ mai caldă decât precedenta este puțin

diferită, dar o creștere de un grad C⁰ a temperaturii medii a Pământului ar afecta întregul ecosistem. O boală cu rata mortalității de 0,1% nu sună prea alarmant până te gândești că ar putea cauza moartea a mii de oameni dacă este o boală comună.

Guvernele care operează cu statistici nu au copii, oamenii – au, spunea Tarzie Vittachi, un oficial al Națiunilor Unite. Iată de ce este necesară – atât pentru valoarea unui subiect media, cât și pentru relevanța acestuia pentru viața oamenilor – prezentarea statisticilor din perspectivă umană. Cât a constituit fondul locativ al Republicii Moldova la 1 ianuarie 2013, care a fost câștigul salarial mediu în Moldova, de exemplu, în aprilie 2013 sau care sunt principalii indicatori statistici ce caracterizează sistemul de învățământ din țară în perioada 2003-2012: toate aceste date statistice sunt relevante doar în legătură cu viața oamenilor.

Totodată, jurnaliștii și comunicatorii vor ține neapărat să observe care sunt diferențele dintre situația de la sat și oras, care este condiția femeilor, copiilor și tinerilor în fiecare dintre situațiile statistice prezentate.

Cifrele oferă autoritate și exactitate unui subiect, însă comunicatorii și jurnaliștii buni le vor elimina pe cele care nu sunt cruciale pentru știrea lor. Un articol de ziar cu prea multe cifre poate fi – și este apreciat – ca plictisitor și dificil de înțeles.

Există o percepție comună, care provine în principal din buletinele de știri ce consemnează toate accidentele aviatice, potrivit căreia transportul aerian este un mijloc nesigur de călătorie. Iată însă ce arată cifrele. În 1947, când numărul pasage-

rilor aerieni se cifra la nouă milioane, în accidente aviatice au murit 590 persoane; în 2004 numărul deceselor înregistrate a fost de 420 din cei 3,3 miliarde de pasageri ai liniilor aeriene.

Practicile bune sugerează comunicatorilor reporterilor următoarele abordări ale statisticilor:

- Folosirea statisticilor comparative. „Sunt mai multe televizoare în Statele Unite decât oameni în Marea Britanie”. Prea multe cifre strică. Nu însă ca într-o piesă muzicală: „Două sunt multe, dar trei de-acum sunt puține”.

„În fiecare an sunt cu 74 de milioane mai multe nașteri decât decese, o cantitate de vii noi care ar face să crească de șapte ori în fiecare an populația New Yorkului”, exclama, în 1982, într-un discurs, scriitorul Gabriel Garcia Marquez. Și tot acolo și tot atunci: „Din Chile, țara cu tradiție în privința ospitalității, au fugit un milion de persoane: zece la sută din populație. Uruguayul, o țară minusculă cu două milioane de locuitori care se considerau națiunea cea mai civilizată de pe continent, a pierdut prin exil unul din cinci cetățeni. Războiul civil din Salvador a produs, în 1979, aproape un refugiat la fiecare 20 de minute. Țara care s-ar putea face cu toți exilații și emigranții forțați din America Latină ar avea o populație mai numeroasă decât Norvegia”.

„Dacă toți migranții din lume s-ar muta într-o țară, aceasta ar fi a cincea ca mărime

după numărul de populație”, scrie „National Geographic”. „La începutul secolului XXI, la scară globală, fiecare al 35-lea om era migrant. În 2005, în lume existau peste 191 de milioane de migranți, în 2050, această cifră va fi echivalentă cu 230 de milioane de persoane”.

„Care este volumul producției editoriale?”, a fost întrebat un director de editură în 2006. „Aproape 800 de titluri în 11 ani în peste șase milioane de exemplare”, a răspuns el. Și a adăugat: „În 11 ani noi am scos cât scoate într-un an o editură de top rusească sau un pic mai mult decât *Poliro-mul* ieșean într-un singur an”.

- Utilizarea cifrelor comparative nu este suficientă pentru un subiect reușit. Un jurnalist explică semnificația acestora și le transformă în istorii umane.

În ce exprimare mesajul este mai puternic, am putea să ne întrebăm: **1.400 de femei mor în fiecare zi în lume în timpul nașterii sau în fiecare minut în lume o femeie moare la naștere.** O zi are 24 de ore, iar o oră – 60 minute. Deci, numărul celor 1.400 de decese zilnice ale femeilor la naștere în lume este echivalent cu un decedat la fiecare minut.

Reținem: cifrele sunt de fapt despre oameni. Iar istoriile din spatele statisticilor este valoarea adăugată a unui subiect media.

Ilustrarea statisticilor: de la grafice la infografice și videografice

Desenele grafice, fotografiile și imaginile însuflă viață chiar și cifrelor seci și exacte. Astăzi, odată cu ascensiunea online-ului, graficele sunt înlocuite de infografice și videografice. Infograficele transmit o informație printr-o reprezentare vizuală: explică limpede ceva complicat, este atractiv, rapid și poate fi împărtășit pe social media. Și încap în el rapoarte întregi.

Infograficele sunt reprezentări vizuale grafice ale unor informații, date sau cunoștințe. Oamenii și companiile care le creează au și câteva sfaturi despre asta.

Identificați un concept unitar și stabiliți informațiile cele mai importante. Un infografic este ca o poveste atrăgătoare.

Când este vorba de mediul audio, lucrurile se complică puțin pentru că avem sarcina dificilă de a prezenta cifre și, cu ajutorul cuvintelor, inserțiilor, sunetelor de ambianță, trebui să creăm imaginea acestei cifre. Este complicat nu însă imposibil.

Infograficele, la fel ca oamenii, sunt iubite mai ușor atunci când sunt drăguțe. Și primul impact când vine vorba de infografice este cel vizual.

6

Informațiile trebuie să fie de interes pentru cei cărora le adresați.

Faceți o schiță înainte să vă apucați efectiv de treabă.

Inspirați-vă de la cei mai buni. La o simplă căutare pe Google veți găsi sute de exemple de infografice eficiente și bine realizate. Există chiar și site-uri dedicate. De exemplu, Coolinfographics.com sau googlați *Creating your own infographic*.

Folosiți cu încredere softurile specializate. O listă cu câteva dintre cele gratuite găsiți dacă veți căuta *Free Tools for Creating Great Infographics*.

Textul e important, dar trebuie să fie succint. Alegeți cuvinte puternice și de impact, dar puține.

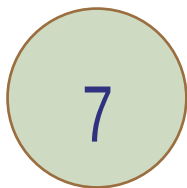
Puneți semnătura: menționarea numelui companiei și a unui link pe pagina pe care publicați infograficul sunt binevenite. Un logo poate fi plasat chiar și în partea de jos a infograficului.

Aspecte etice ale utilizării datelor statistice

Accesul la datele statistice presupune tratarea etică a acestora, și atât jurnalistii, cât și comunicatorii sunt obligați să respecte principiile etice de bază, care sunt exprimate prin:

Integritate: Integritatea este esențială atunci când sunt utilizate statistici în comunicare, aceasta fiind cheia profesionalismului. Este absolută nevoie ca atunci când comunicatorii și jurnaliștii utilizează statisticile, aceștia să fie onești și să aibă întotdeauna în vedere interesul public. Comunicatorii vor avea grijă ca datele furnizate publicului să fie întotdeauna corecte.

Competență: Comunicatorii și jurnaliștii din toate domeniile trebuie să fie conștienți de competențele și limitările lor profesionale, de aceea trebuie să accepte numai efectuarea unor munci pentru care au suficientă pregătire și competențe. Aceștia trebuie să apeleze la consultare avizată cu privire la colectarea și interpretarea statisticilor atunci când este necesar. Ei vor ține cont de faptul că articolele și materialele de PR elaborate de către ei au întotdeauna un impact asupra clienților lor și asupra publicului, de aceea orice lucrare a lor va fi însoțită de o motivare profesională și robustă a datelor statistice folosite.



Confidențialitate: Informațiile confidențiale nu vor fi divulgate, cu excepția cazului în care există permisiunea specifică, acordată de către părțile vizate, dacă acest fapt urmărește interesul public, sau cu excepția cazului în care comunicatorul este obligat să facă acest lucru prin lege.

Glosar

Statistica este o metodă care permite de a face să treacă un mesaj. Statistica este un mijloc de comunicare scrisă și orală.

Informația statistică reprezintă conținutul specific, semnificația, mesajul datelor statistice.

Indicatorii statistici reprezintă datele statistice cu ajutorul cărora se cercetează un fenomen economic sau social, sub forma raportului structurii, interdependențelor, al modificării lor în timp sau în spațiu.

Indicele statistic este o mărime relativă, care, ca procedeu de calcul, reprezintă un raport prin care se compară mărimea aceluiași fenomen înregistrat în două unități de timp, de spațiu, de plan la o unitate statistică, la o grupă sau la nivelul întregii colectivități.

Media. Valoarea medie se calculează prin împărțirea sumei valorilor colectivității la numărul de valori. De exemplu, conform datelor BNS în municipiul Chișinău au fost înregistrate în 2009 - 7.971 de nașteri, în 2010 - 7.964 de nașteri, iar în 2011 - 7.823 de nașteri. Sumând aceste numere și împărțindu-le la 3, obținem media nașterilor pe acești ani, spunem că ideal (sau în medie)

s-au născut în municipiul Chișinău 7919 de copii pe an.

Media este un instrument bun pentru a arăta „tendința centrală”, atunci când în sumă toate valorile sunt relativ omogene. Dacă majoritatea valorilor sunt similare și o valoare este cu mult mai mare sau mai mică, media nu va fi un estimator precis al esențialului.

Tabelele statistice constituie un ansamblu de judecăți prezentate într-o formă succintă, în cuvinte și expresii numerice, referitoare la domeniul studiat.

Graficul este o imagine spațială, cu caracter convențional, care prin diferite mijloace plastice de reprezentare scoate în evidență ceea ce este caracteristic și esențial în evoluția fenomenelor, în schimbările structurale, în ceea ce privește proporțiile și corelațiile cu alte fenomene de aceeași natură sau calitativ diferite.

Seria cronologică este constituită dintr-un șir de termeni care reflectă evoluția unei variabile statistice la anumite momente sau perioade succesive de timp.

Seriile teritoriale sunt provenite dintr-o grupare teritorială și exprimă nivelul unui fenomen, condiționat de unitatea teritorială din care face parte.

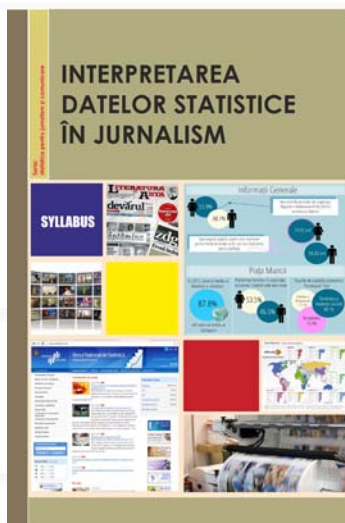
Mediana este elementul dintr-un șir de date statistice care ar împărți intervalul în două grupe egale ca număr, după ce acestea au fost ordonate după mărimea lor.

Modulul reprezintă cea valoare a caracteristicii care corespunde celui mai mare număr de unități sau cea care are cea mai mare frecvență de apariție.

Procentul reprezintă numărul de cazuri dintr-o categorie a unei variabile împărțit la numărul de cazuri din toate categoriile variabilei respective, rezultatul fiind înmulțit cu 100.

Proporția reprezintă numărul de cazuri dintr-o categorie a unei variabile împărțit la numărul de cazuri din toate categoriile variabilei respective.

Resurse



1. Stepanov Georgeta, Pârțachi Ion, Guzun Igor. *Interpretarea datelor statistice în Jurnalism*. Manual. Chișinău, 2013
2. Stepanov Georgeta, Pârțachi Ion, Guzun Igor. *Interpretarea datelor statistice în Jurnalism*. Syllabus. Chișinău, 2013



3. Pârțachi Ion, Andronic Ludmila. *Statistica în Comunicare*. Manual. Chișinău, 2013
4. Pârțachi Ion, Andronic Ludmila. *Statistica în Comunicare*. Syllabus. Chișinău, 2013

-
5. Nigel Hawkes, Leonor Sierra, „*MAKING SENSE OF STATISTICS – Sense About Science*”, Senseaboutscience.org.
 6. Codul de Etică CIPR (Chartered Institute of Public Relations, http://www.cipr.co.uk/sites/default/files/CIPR%20Code%20of%20Conduct%2008-03-2012_0.pdf, consultată la 10 decembrie 2012.
 7. www.statistica.md/legal/Legea_statistica_oficiala_ro.pdf.
 8. www.statistica.md/public/files/despre_legi.../Principiul_fundamentale.pdf.
 9. www.statistica.md/pageview.php?l=ro&idc=419& File din istoria statisticii R. Moldova.
 10. <http://statbank.statistica.md/pxweb/Database/RO/databasetree.asp> Banca de date statistice a Biroului Național de Statistica.
 11. Человеческое развитие в зеркале статистики. КАК ЧИТАТЬ ЦИФРЫ? Вульф Скотт, Братислава, 2006.

