

UDHËZUES

SI TË FLASIM PËRMES TË

DHËNAVE NË SEKTORIN PUBLIK

Komunikimi
efektiv i financave
publike



CFRR»

Centre for Financial Reporting Reform



Qendra për Reforma në Raportim Financiar (CFRR)

Praktika Globale e Qeverisjes, Banka Botërore

Adresa: Praterstrasse 31
1020 Vjenë, Austri

Email: cfrr@worldbank.org

Telefoni: +43-1-217-0700

www.worldbank.org/cfrr

Ky publikim është një produkt i stafit të Bankës Botërore të zhvilluar së bashku me Universitetin e Shkencave të Aplikuara të Cyrihut (ZHAW). Gjetjet, interpretimet dhe konkluzionet e shprehura në këtë publikim nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht pikëpamjet e Bankës Botërore, Bordit të saj të Drejtorëve Ekzekutiv ose qeverive që ato përfaqësojnë. Banka Botërore nuk garanton saktësinë e të dhënave të përfshira në këtë punim. Kufijtë, ngjyrat, emërtimet dhe informacione të tjera të paraqitura në çdo hartë në këtë punim nuk nënkuptojnë ndonjë gjykim nga ana e Bankës Botërore në lidhje me statusin ligjor të çdo territori apo miratimin ose pranimin e këtyre kufijve.

Të drejtat dhe lejet

Materiali në këtë punim i nënshtrohet të drejtës së autorit. Për shkak se Banka Botërore inkurajon shpërndarjen e njohurive të saj, kjo punë mund të riprodhohet, tërësisht ose pjesërisht, për qëllime jokomerciale për sa kohë që kësaj vepre i jepet atribut i plotë. Çdo pyetje mbi të drejtat dhe licencat, duke përfshirë të drejtat ndihmëse, duhet t'i drejtohet Botimeve të Bankës Botërore, Grupi i Bankës Botërore, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, SHBA; faks: 202-522-2625; e-mail: pubrights@worldbank.org

Mirënjohje

Udhëzuesi është një produkt njohurish i Praktikave Globale të Qeverisjes së Bankës Botërore (GGP) dhe u zhvillua së bashku me Universitetin e Shkencave të Aplikuara të Cyrihut (ZHAW) në kuadër të Programit të raportimit të kontabilitetit dhe raportimit të Sektorit Publik (PULSAR). Iwona Warzecha (Banka Botërore) udhëhoqi ekipin e autorëve: Antonia Ida Grafl dhe Christoph Schuler (ZHAW) nën drejtimin e Daniel Boyce dhe Arman Vatyan (Banka Botërore). Pavlina Delçeva punoi dizajnin grafik.

Ekipi ka përfituar nga komentet e kolegëve recensues të ofruara nga Ian Carruthers, Kryetar i Bordit ndërkombëtar të standardeve të kontabilitetit të sektorit publik dhe Kryetar i standardeve, Instituti i financave publike dhe kontabilitetit, Thomas Müller-Marqués Berger, Partner, kontabiliteti i sektorit publik, kontabilist i certifikuar, Ernst & Young GmbH dhe Bernhard Schatz, menaxher i lartë, kontabiliteti i sektorit publik shërbimet këshillimore, PwC.

PULSAR

Programi i kontabilitetit dhe raportimit të Sektorit Publik

www.pulsarprogram.org

Jointly developed with



Universiteti i shkencave aplikative ZHAW

Fakulteti i menaxhimit dhe jurisprudencës

Instituti i menaxhimit publik

www.zhaw.ch/en/sml

© 2022

International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank


1818 H Street NW, Washington DC 20433 • Phone: 202-473-1000

www.worldbank.org



PËRMBAJTJA

Nga raportimi te komunikimi	6
Elementet e tregimit nga të dhenat	12
TË DHËNAT	14
NARRATIVI	24
GJUHA	34
VIZUALIZIMI	44
T'i bashkojme të gjitha	54
Aspektet etike të tregimit të bazuar në të dhëna	62



PARATHËNIE

Udhëzuesi për tregimin e të dhënave u zhvillua nga programi i kontabilitetit dhe raportimit në sektorin publik (PULSAR) specifikisht nga komponenta e ndërgjegjësimit. Programi PULSAR, i nisur në 2017, është një program rajonal dhe në nivel vendi në 13 vendet përfituese të Evropës dhe Azisë Qendrore. Objektivi i tij është të mbështesë përmirësimin e kontabilitetit të sektorit publik dhe kornizat e raportimit financiar në përputhje me standardet dhe praktikët e mira ndërkombëtare për të përmirësuar qeverisjen, llogaridhënien, transparencën dhe performancën.

Objektivat dhe qëllimi i Programit PULSAR janë të përbashkëta dhe janë përcaktuar nga Partnerët PULSAR – Austri, Zvicër, dhe Banka Botërore – të cilët ofrojnë gjithashtu mbështetje institucionale për zbatimin e tij dhe mobilizimin e burimeve të nevojshme për të aktivitetet. Vendet përfituese ndihmojnë në formimin e programit përmes platformave të bashkëpunimit rajonal dhe kontributit për të dyja Komunitetet e Praktikës: Kornizat e Raportimit financiar (FinCoP) dhe edukimit (EduCoP).

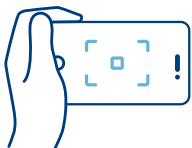
SI PËRDORET KY UDHËZUES

Shkarkoni
udhëzuesin në
formë elektronike

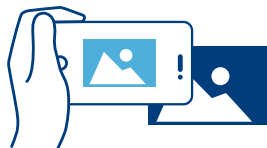
1 Instaloni aplikacionin Artvive



2 Gjeni kete ikonë
për pamjet
vizuele



3 Skanoni pamjet
vizuele me
celularin tuaj



Ky produkt i njohurive përfshin disa teknologji dhe aplikacione multimedia. Ikona e telefonit celular tregon një mjet që jep pamjet vizuale duke përdorur aplikacionin Artvive. Thjesht shkarkoni aplikacionin Artvive në pajisjen tuaj celulare dhe mbani telefonin inteligjent ose tabletin tuaj me aplikacionin të hapur mbi vendet e duhura. Përveç kësaj, ky udhëzues përdor kodet QR që lidhen tek burimet, shembujt e tregimit të të dhënave dhe informacione të tjera të disponueshme vetëm online.

Udhëzuesi është gjithashtu i disponueshëm si një dokument elektronik i printueshëm. Mund të skanoni ose ikonat dhe kodet QR ose klikoni mbi të kur përdorni dokumentin elektronik.

○

NGA RAPORTIMI TE KOMUNIKIMI



Aftësia për të marrë të dhëna – për të qenë në gjendje t'i kuptoni ato, për t'i përpunuar ato, për të nxjerrë vlerë prej tyre, për t'i vizualizuar ato, për t'i komunikuar ato - kjo do të jetë një aftësi jashtëzakonisht e rëndësishme në dekadat e ardhshme.

Hal R. Varian

Kryeekonomist në Google dhe Profesor në Universitetin Berkeley



Skanoni këtë pamje
me aplikacionin Artivive

- Për disa vite, shoqëria jonë po kalon një transformim sfidues dhe të thellë nga një shoqëri e bazuar në dije në një ekonomi të dhënash. Si rezultat, vëllimi i madh i të dhënave të gjeneruara, numerike dhe cilësore, po rritet dhe po përshpejtohet. Ky zhvillim i përket sektorit publik, ku informacioni financiar dhe jofinanciar i disponueshëm është rritur jashtëzakonisht në të gjithë sektorët dhe shërbimet qeveritare.

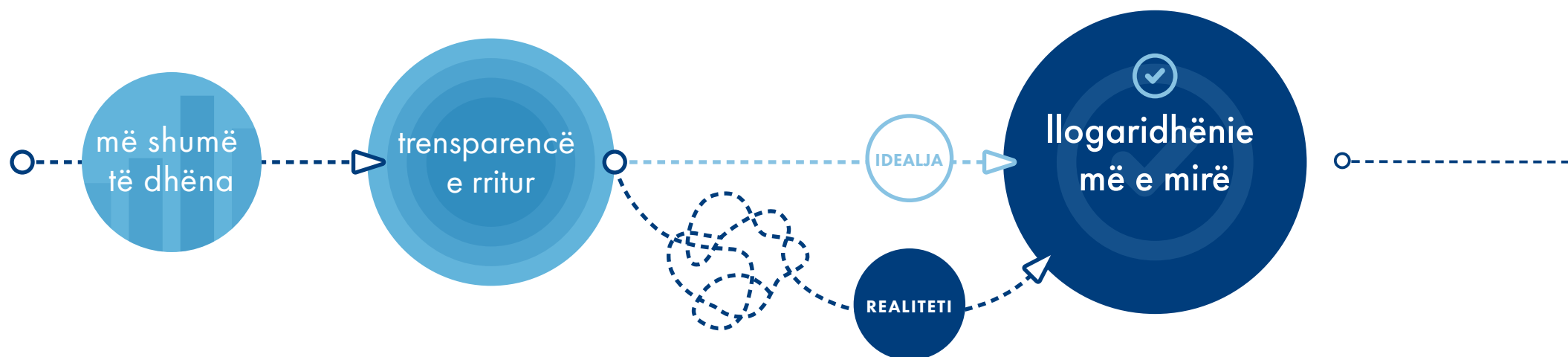
Ekzistenca e financave publike transparente dhe aftësia për t'i mbajtur ata në pushtet përgjegjës për përdorimin e fondeve publike janë gurëthemeli demokratik për një shoqëri të prosperuar. Në këtë kuptim, të dhënat dhe raportet financiare të sektorit publik shërbejnë si burime të rëndësishme informacioni dhe ofrojnë një bazë të besueshme për vendimmarrje dhe llogaridhënie.

○ Të dhënat e prodhuara nga ekspertët për ekspertët

Një studim i kohëve të fundit i OECD mbi racionalizimin e raportimit fiskal të qeverisë ilustron një situatë paradoksale: si rezultat i përmirësimit të sistemeve dhe raportimit të menaxhimit të financave publike (MFP), shumë të dhëna dhe raporte më të sofistikuar po prodhohen për sektorin publik. Megjithatë, kjo pasuri e informacionit nuk përdoret për vendimmarrje aq sa mundet. Informacioni financiar i sektorit publik priret të jetë shumë i detajuar, jokontekstual dhe teknikisht kompleks, duke ndikuar në kuptueshmërinë e tij. Shpesh, vetëm ekspertë shumë të specializuar të MFP-së mund ta kuptojnë dhe të plotësojnë përdorimin e tij.

Literatura akademike duket se pajtohet se aplikimi i standardeve moderne dhe transparente të raportimit, shpesh të shoqëruara me sistemet e menaxhimit të informacionit, nuk rezulton domosdoshmërisht në rritje të llogaridhënies. Për MFP, ky zhvillim është shfaqur nën pretendimin se më shumë të dhëna do të rrisnin transparencën; megjithatë, në realitet, e kundërta është e vërtetë, se shumë të dhëna të parëndësishme mund të ndikojnë negativisht në transparencë.

Figura 1: Pretendimi logjik për përgjegjshmëri më të mirë



Për t'i bërë më të dobishme të dhënat dhe raportet financiare dhe fiskale të sektorit publik, përmbajtja e tyre duhet të jetë e efektshme dhe e kuptueshme. Për të përcjellë mesazhe kryesore që bazohen në numra në mënyrë efektive dhe për të krijuar njohuri, ekspertët e MFP duhet të komunikojnë më tepër sesa thjesht të raportojnë fakte. Kjo kërkon një zhvendosje nga trajtimi i raportimit financiar si një proces të njëanshëm i përcjelles së duke e pasë parasysh përdoruesin.



Përdorimi i tregimit të të dhënave për MFP

Adresuesit e informacionit financiar të qeverisë variojnë nga individë privatë, media, investitorë dhe aksionarë, politikanë dhe zyrtarë të tjerë qeveritarë, si dhe vendimkrijues e menaxherë të sektorit publik. Kjo audiencë shumë e larmishme zakonisht shfaq një nivel më të ulët të njohurive financiare sesa specialistët që prodhojnë informacionin financiar. Për më tepër, për shumë njerëz, trajtimi i të dhënave sasiore është sfidues dhe varet nga aftësia për të kuptuar dhe punuar me numrat.

Qasjet e komunikimit financiar, të tilla si tregimi i të dhënave, ndihmojnë për të komunikuar të dhëna duke i shndërruar ato në tregime gjuhësore dhe vizuale. Përpunimi, përgatitja, dhe komunikimi i informacionit financiar që rrjedh nga sistemi MFP në mënyrë të kuptueshme për përdoruesit është qëllimi kryesor i këtij udhëzuesi.

Tregimi si aftësi



Udhëzuesi është krijuar për të mbështetur profesionistët e financave në domenin publik për të përkthyer fakte, numra dhe njohuri në tregime të kuptueshme. Udhëzuesi ndjek një qasje të bazuar në aftësi, ku tregimi i të dhënave shihet si një grup aftësish kyç për përvetësimin e asaj që Instituti i Financave Publike dhe Kontabilitetit (CIPFA) identifikon si një nga kompetencat bazë për profesionistët e financave të sektorit publik, pra komunikimi dhe ndikimi.

Udhëzuesi u paraqet specialistëve të PFM-së një menu opsionesh për të realizuar projektin e tyre të komunikimit duke ofruar këshilla, truke dhe një kuti mjetesh të dobishme për çdo element të një historie të drejtuar nga të dhënat. Ai gjithashtu përfshin një kornizë që përshkruan procesin dhe hapat individual kur tregon një histori. Në kapitullin e fundit, udhëzuesi ofron disa mendime për trajtimin e aspekteve etike dhe përvijon kufijtë midis tregimit dhe manipulimit.

Figura 2

Kompetencat kryesore për profesionistët e MFP



Vetëdija politike
Vlera e parase
Raportimi financiar
Vendimmarrja
Llogaridhënia
Qeverisja
Menaxhimi i riskut
Aspekti komercial
Kundër-mashtrimi
Sektori specifik



Kontabiliteti financiar
Menaxhimi
Kontabiliteti
Auditimi
Kostot
Prokurimi
Kundër-mashtrimi
Të dhënat



Strategjia dhe qeverisje
Bashkëpunimi
Partneritet biznesi
Komunikimi dhe ndikimi
Inovacioni dhe ndrysh



Marrëdhëniet me palët e interesit
Vlera e parasë
Vlerësimi i investimit
Të menduarit strategjil
Aspekti komerciale
Benchmarking
Modelet e dorëzimit
Riorganizimi

Burimi

CIPFA (2020). Key Competencies for Public Sector Finance Professionals, p. 3.



ELEMENTET E TREGIMIT NGA TË DHËNAT



Në PFM, tregimi i të dhënave duhet të mundësojë marrësit dhe publikut informacion financiar ose fiskal për të vlerësuar një çështje të bazuar në fakte. Përfituesit do të përfshinin votuesit që dëshirojnë t'i mbajnë qeveritë përgjegjëse, një zyrtar qeveritar që planifikon dhe bën ndarjen e parave publike, ose një kontabilist të angazhuar në transaksionet financiare. Prandaj, tregimi i të dhënave mund të përdoret për të kontaktuar qytetarët dhe publikun e gjerë, si dhe për komunikim të brendshëm me kolegët, eprorët, ose në nivel qeveritar në përgjithësi.

**Në seksionet
e mëposhtme,
elementët e
konsideruar si
përbërësit kryesorë
të tregimit të
suksesshëm të të
dhënave janë të
përshkruara në
detaje**

TË DHËNAT

Hapi i parë në krijimin e një historie të fuqishme të të dhënave është përpunimi dhe përgatitja e të dhënave për analizë dhe komunikim.

NARRATIVI

Tregimi (ose linja e historisë) përdoret për të komunikuar njohuri të nxjerra nga të dhënat, konteksti i tyre dhe veprimet e rekomanduara.

GJUHA

Gjuha e kuptueshme është jetike kur të jesh gjithëpërfshirës dhe në komunikim me një audiencë të ndryshme.

VIZUALIZIMI

Paraqitjet vizuale të të dhënave dhe narrativës janë thelbësore për komunikimin e qartë dhe në mënyrë të paharrueshme të mesazhit kyç .

TË
DHË
NAT





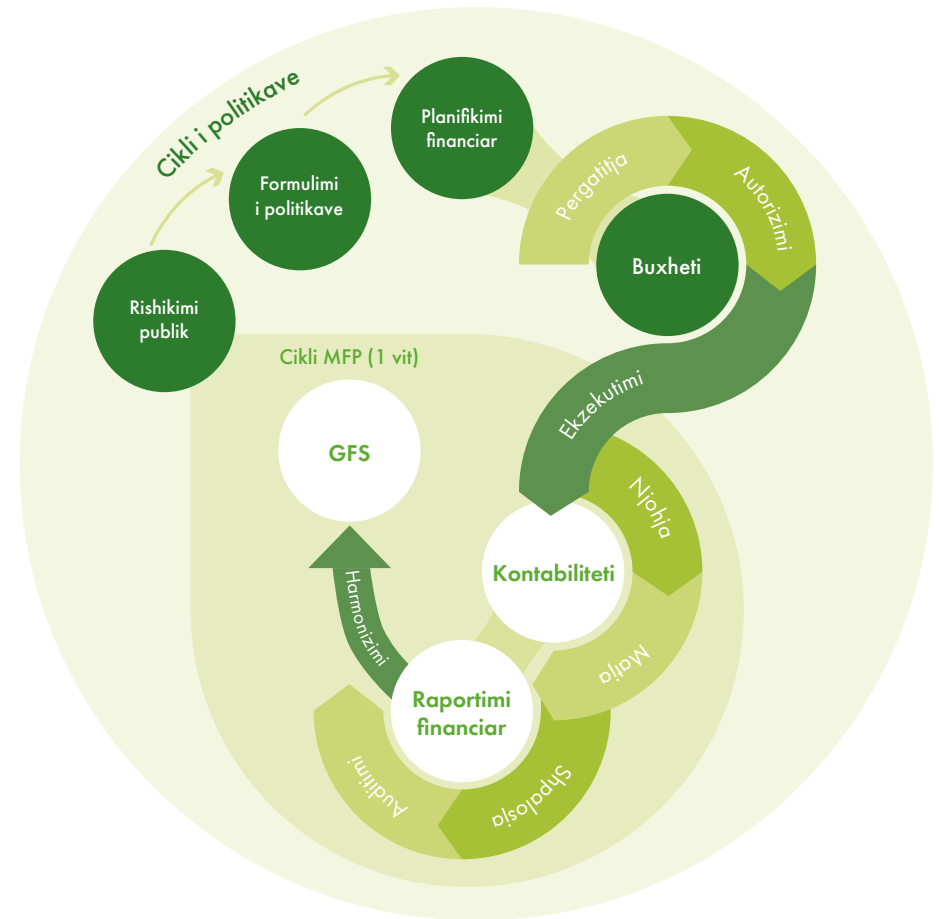
Skanoi këtë pamje me aplikacionin Artivive



Dekadat e fundit kanë parë një rritje të konsiderueshme të informacionit financiar që lidh të gjithë ofrimin e të mirave dhe shërbimeve publike. Kjo ka çuar në një rritje të shumëllojshmërisë dhe vëllimit, si dhe në sofistikimin e të dhënave të disponueshme. Sistemi MFP ofron një mori informacionesh që janë kërkuar nga menaxherët e financave publike, statisticienët dhe politikëbërësit. Buxheti, kontabiliteti dhe statistikat qeveritare gjenerojnë të gjitha informacione financiare dhe jofinanciare, dhe këto të dhëna të papërpunura mund të kombinohen ose pasurohen me të dhëna shtesë për të ofruar informacione të performancës, metrika mjedisore, sociale dhe të qeverisjes (ESG) dhe objektiva politikash. Në kontekstin e MFP, termi “të dhëna” në përgjithësi i referohet ngjarjeve me ndikim financiar në qeveri.

Puna me të dhënat e MFP-së kërkon që specialistë të posaçëm të financave publike të kryejnë të paktën një analizë bazë për të dalluar modelet dhe tendencat dhe në fund të kuptojnë dhe nxjerrin kuptimin nga këta numra. Përveç kësaj, aftësia për të komunikuar këto njohuri për të ndriçuar audiencën është një aftësi kritike në komunikimin e drejtuar nga të dhënat.

Figura 3
Cikli i integruar i MFP



Burimi

World Bank (2019).
Benchmarking Guide: Integrating PSA and
Government Finance Statistics (GFS), p. 27.



Nxjerrja e informacionit nga të dhënat e PFM

Hapi i parë kur krijoni një histori të fuqishme duke përdorur informacionin PFM është përgatitja e të dhënave për analizë dhe monitorim. Derisa transformimi dixhital i qeverive vazhdon, zgjidhjet GovTech¹ bëhen normë kur nxjerrin informacion nga të dhënat financiare të sektorit publik. Po aq e rëndësishme është cilësia e të dhënave, e cila është e rëndësishme në ruajtjen e besueshmërisë.

¹ GovTech është një qasje e plotë e qeverisë për modernizimin e sektorit publik që promovon një qeverisje të thjeshtë, efikase dhe transparente me qytetarin në qendër të reformave. Ai përfaqëson kufirin aktual të transformimit dixhital të qeverisë.



CILËSIA E TË DHËNAVE



Përdorni vetëm të dhëna të besueshme

Të dhënat themelore duhet të verifikohen që një histori e të dhënave të jetë e besueshme dhe të shmanget çdo problem të mundshëm në analizë. Është praktikë e mirë që të kryhen kontrolle të shëndosha të të dhënave të papërpunuara, të cilat ndihmojnë në zbulimin e vlerave të munguara, të mashtruesve të jashtëm, etj. Për më tepër, të dhënat e audituara nga auditorët e brendshëm dhe të jashtëm ofrojnë siguri shtesë.



2

RUAJTJA AUTOMATIKE E TË DHËNAVE TË MFP



FMIS si standard

Sistemet e informacionit të menaxhimit financiar (FMIS) i referohen automatizimit të funksioneve të MFP-së dhe janë një mjet i vlefshëm për regjistrim dhe raportim i të gjitha transaksionet financiare. FMIS ruan të dhëna të ndryshme ekonomike në baza të të dhënave dhe ka shumë përparësi ndaj ruajtjes manuale në dokumente të decentralizuara siç janë fletët e Excel. Sistemet e automatizuara PFM përmirësojnë saktësinë dhe integritetin e informacionit financiar si aplikime më të qëndrueshme ku lehtësohen kontrollet, standardet, rregullat dhe klasifikimi. Përveç kësaj, FMIS mundëson monitorim dhe raportim më të shpejtë dhe më gjithëpërfshirës të PFM me një frekuencë të rritur.

3

MONITORIMI DHE ANALIZIMI I TË DHËNAVE TË MFP



Merrni parasysh panelet interaktive

Ndryshe nga përfaqësimi statik, tabelat e kontrollit lehtësojnë eksplorimin interaktiv të informacionit dhe janë gjithashtu një mjet i vlefshëm për vizualizimin e të dhënave. Një avantazh tjetër i paneleve është se ato mund të shfaqin jo vetëm informacione financiare, por mund të kombinohen me të dhëna jofinanciare, tregues të performancës ose informacione ESG për të ofruar një kontekst më të gjerë për financat. Paneli ndihmon vendimmarrësit të monitorojnë të dhënat e PFM dhe të hetojnë shkakun e ndryshimeve. Për më tepër, tabelat i lejojnë parlamentarët dhe qytetarët të thellohen në detajet e raporteve fiskale dhe të strukturojnë pyetjet e tyre. Për të siguruar që ky informacion të jetë lehtësisht i aksesueshëm, është e përshtatshme të organizohet struktura e panelit të kontrollit me përshkrime shtesë rreth një historie. Sidoqoftë, panelet e kontrollit kanë gjithashtu kufizimet e tyre pasi kërkojnë një nivel të caktuar të analitikës së të dhënave dhe njohurive të TI-së. Kjo duhet të merret parasysh kur ata janë të punësuar për të informuar publikun më të gjerë.

○ Paraqitja e informatave numerike

Siç ka theksuar Knowles në librin e tij themelor, "Narrative by Numbers", të dhënat dhe faktet duhet të përdoren si themeli i një historie në vend që të zëvendësojnë vet historinë. Fatkeqësisht, gjatë aplikimit të qasjes së bazuar në të dhëna, shumë e shohin joshëse të "verbojnë audiencën me shkencë" dhe paraqesin sasi të mëdha provash duke mbështetur argumentin e tyre. Fokusi, megjithatë, duhet të mos jetë në vërtetimin e një pike, por në përcjelljen e mesazhit për të fuqizuar audiencën që të merret një vendim i bazuar. Këtu janë disa këshilla që duhen marrë parasysh kur paraqitet informacioni numerik.

4 MOS E NDËRLIKONI

○ Shmangni numrat dhjetorë dhe thyesat

Nuk është e nevojshme të tregohen numrat me saktësi deri në decimalen e dytë. Ato janë shumë më të lehta për t'u mbajtur mend kur janë të rrumbullakosura apo të përfunduara me një zero.

○ Ndani numrat e mëdhenj në njësi më të vogla

Është e vështirë të kuptosh shifra më të mëdha se ato me të cilat zakonisht merren njerëzit. Në të dhënat e sektorit publik, numrat janë përgjithësisht të mëdhenj dhe ato priren të humbasin kuptimin e tyre në një audiencë të njerëzve laikë. Vlen të merret në konsideratë zbrëthimi i shifrave vjetore në javë apo edhe për kokë të popullsisë nëse e nevojshme. Kështu, për shembull, "shpenzimet vjetore për masat për zbutjen e klimës arrijnë në 6.76 miliardë dollarë" bëhet "qeveria investon rreth 130 milionë dollarë çdo javë në masat për zbutjen e klimës".

5

BËHUNI KONCIZ



Mos tregoni punimet ose llogaritjet

Punimet dhe llogaritjet duhet të trajtohen si informacion bazë, jo si pjesë e mesazhit qendror të tregimit. Përndryshe, vëmendja e audiencës do të tërhiqet nga llogaritjet dhe do të largohet nga historia.



Përdorni variabla të përbëra

Fuqia shpjeguese e informacionit sasior mund të rritet duke bashkuar numra dhe statistika të ndryshme në tregues dhe variabla të tjerë të përbërë. Një vlerë e llogaritur që përmbledh tregimet ose mbështet mesazhet kyçe është më e lehtë për t'u absorbuar sesa shumë numra dhe statistika të ndryshme. Për shembull, të dhënat e MFP janë të përshtatshme për gjenerimin e të dhënave të performancës, duke kombinuar kështu shpenzimet me shërbimet e ofruara dhe efikasitetin e shpenzimeve.

6 PUNONI ME KRAHASIME



Shtoni vlera referente

Truri i njeriut nuk është i aftë natyrshëm për t'u marrë me fakte dhe shifra të izoluar; të gjithë numrat duhet të vendosen në një kontekst që të kenë kuptim. Shtimi i vlerave të referencës i lejon audiencës të krahasojë dhe të kuptojë më mirë madhësinë dhe rëndësinë e numrave. Për shembull, mund të krahasoni shifrat kryesore të vendeve të ndryshme ose kategori të tjera të shpenzimeve.



Ofroni alternativa

Përcjellja e të njëjtave të dhëna në një format të ndryshëm ("Me fjalë të tjera, kjo do të thotë...") është shumë i dobishëm kur kemi të bëjmë me shkallë të ndryshme të audiencës. Për shembull, përdorni frekuenca relative për ta bërë numrin më të prekshëm, si p.sh. 3% do të thotë 3 nga 100. Këshillohet gjithashtu përdorimi i vizualizimit të të dhënave për të lehtësuar përpunimin e informacionit numerik.

7

KUJDES NGA ANIMET



Konsideroni të kundërtën

Njerëzit kanë prirje të jenë të njëanshëm dhe të marrin në mënyrë selektive informacione që përputhen me besimet e tyre. Komunikimi i informacionit kontradiktor do të ndihmojë në arritjen e një kuptimi më gjithëpërfshirës dhe të balancuar të skenarëve dhe pasojave ("anasjelltas, kjo do të thotë...")



Konsideroni bazën

Probabilitetet dhe përqindjet janë koncepte mjaft abstrakte dhe duhet të komunikohen me kujdes, sepse ato janë të ndjeshme ndaj keqinterpretimit dhe shtrembërimit. Një opsion është të merret parasysh baza ("Në terma absolute, kjo do të thotë ..."). Për shembull, udhëzuesi i dobishëm "Making Sense of Statistics" ofron shembullin e mëposhtëm: "Një sëmundje me një shkallë vdekshmërie 0.1% nuk tingëllon shumë shqetësuese derisa të mendoni se mund të shkaktojë ende vdekjen e mijëra njerëzve çdo vit nëse ajo është një sëmundje e zakonshme."



BESIMI ËSHTË MONEDHA JONË



Ruani fuqinë tuaj bindëse

Sapo të humbasim besueshmërinë, qoftë përmes mbikqyrjes ose neglizhencës, ne humbasim fuqinë tonë bindëse. Këto rregulla të përgjithshme mund të ndihmojnë në shmangien e kësaj:

- Reduktoni, por kini kujdes që të mos lini jashtë të dhëna thelbësore të nevojshme për një pamje holistike dhe të ekuilibruar.
- Nëse analiza ose vlerësimi tregon rezultate të jashtëzakonshme ose të papritura, këto duhet të përmenden.
- Jini të gatshëm të ofroni informacione shtesë, të tilla si punët tuaja ose burimet e të dhënave, nëse sfidoheni për ta bërë këtë.
- Jini të vetëdijshëm për paragjykimet tuaja për të parandaluar analizat dhe vlerësimet tendencioze.



NAR

RAT



IVI



Skaroni këtë pamje me aplikacionin Artivive



Truri i njeriut nuk është i pajisur natyrshëm për të tretur informacionin abstrakt dhe për të zbërthyer kuptimin që fshihet pas të dhënave. Prandaj, informacioni financiar ose teknik ofron vetëm bazën për një histori për t'u treguar. Rrëfimi qëndron në thelb dhe është ajo që lidh të dhënat së bashku me historinë. Baza ofron shpjegime dhe kontekst, ndërsa harku i tregimit është sekuenca kronologjike dhe struktura dramatike që e udhëheq audiencën përmes historisë së të dhënave.

Qëllimi i një historie është të gjenerojë njohuri duke i dhënë strukturë mesazhit themelor. Mund të aplikohet në çdo formë komunikimi dhe dokumente të ndryshme, duke përfshirë prezantimet, raportet financiare, grafikët, statistikën, videot dhe faqet e internetit. Rrjedhimisht, tregimi është një mjet veçanërisht i fuqishëm që mund të përdoret për të komunikuar informacionin financiar të sektorit publik sepse i jep një "çfarë?" të të dhënave të MFP.

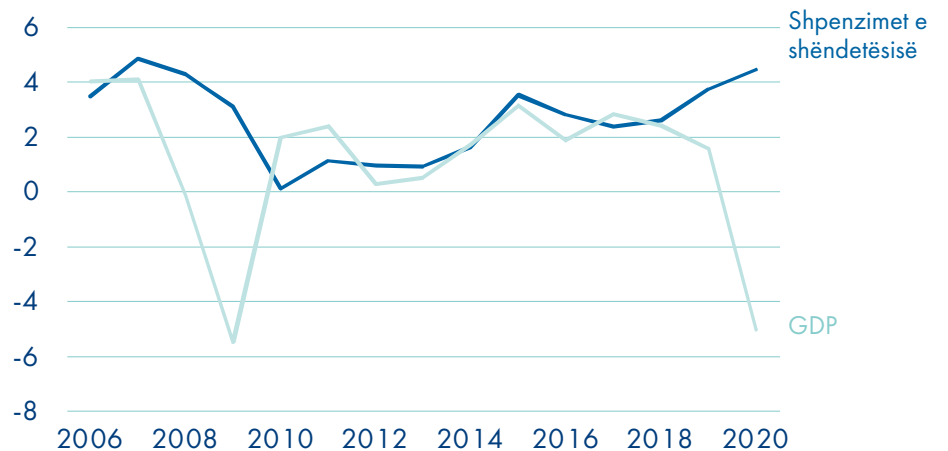
Një shembull i shkëlqyer i një tregimi kuptimplote është ofruar nga rritja masive e shpenzimeve publike për kujdesin shëndetësor në nivel global në vitet e fundit. Fatkeqësisht, mbulimi mediatik shpesh fokusohet negativisht te borxhi i sjellë nga ky zhvillim. Megjithatë, këto shpenzime kanë të bëjnë edhe me investimet në infrastrukturën e kujdesit shëndetësor, pajisjet mjekësore dhe rezervat e vaksinave (dhe medikamenteve të tjera). Nga ana tjetër, kjo gjeneron më shumë kapacitet operacional për shërbimet e ardhshme dhe krijon përfitime të rëndësishme për brezat e ardhshëm.

Figura 4

Rritjet në shpenzimet shëndetësore ne vendet e OECD

COVID-19 ka çuar në rritje të shpenzimeve për shëndetin

Rritja vjetore % e shpenzimeve për shëndetësi dhe BPP, mesatarja e OECD



Burimi

OECD (2021). Health at a Glance 2021, p.16.



Themeli i tregimit

Para se të strukturoni komunikimin tuaj, duhet të jeni të qartë për atë që dëshironi të thoni. Vetëm kur mund të zbërtheni “edhe çfarë?” deri në thelbin e saj do të arrini të tregimi dhe mesazhi kyç, i cili është themeli i rrëfimit tuaj. Për profesionistë shumë të specializuar, të qenit konciz është shpesh më shumë sfiduese sesa të shpjegosh gjatë një teme. Megjithatë, vendosja e një kufizimi të rëndësishëm për veten – si kufizimi i kohës ose numrit të fjalëve – mund t’ju ndihmojë të përqendroheni.



THELBI



Gjashtëdhjetë sekonda për të shpjeguar veten

E ashtuquajtura biseda e ashensorit është një ushtrim i shkëlqyer për të reduktuar mesazhin tuaj në një paragraf. Supozoni se jeni në një ashensor me eprorin tuaj dhe keni vetëm 60 sekonda për ta informuar këtë person për një takim vendimtar. Kjo jo vetëm që do të ndihmojë në kjartësinë e mesazhit, por për shkak se ai është verbal, do t’ju duhet për ta artikuluar atë në një mënyrë që kuptohet shpejt.



Reduktojeni atë në një fjali

Tani përpiquni të kondensoni bisedën tuaj të ashensorit në një fjali të vetme; Rezultati është mesazhi juaj kryesor, ndonjëherë i referuar edhe si “ideja e madhe”. Ky mesazh duhet të shprehë një këndvështrim unik dhe të jetë një fjali e plotë.





Ndërtimi i tregimit

Pasi të keni krijuar një tregim që bazohet në mesazhin kryesor, formohet baza e një historie të përqendruar te përdoruesi. Pastaj një i sekuencë e përshtatshme është e vendosur të krijojë një hark të fuqishëm tregimi për të përfunduar rrëfimin.

2

BAZAMENTI I TREGIMIT



Përqendroni historinë tuaj tek përdoruesi

Baza është një fije që kalon nëpër histori, duke ofruar sqarime shtesë dhe kontekst për të plotësuar rrëfimin. Përveç kësaj, ajo përmban disa elementë ose blloqe ndërtimi që ndihmojnë në shpjegimin e rëndësinë e atij informacioni.



Filloni të prodhoni përmbajtje

Elementet kryesore janë

- problemi që duhet zgjidhur,
- përfitimet për grupin e synuar,
- si të adresohet problemi, dhe
- një thirrje për veprim

Pyetjet udhëzuese më poshtë do t'ju ndihmojnë të filloni të krijoni përmbajtje për historinë tuaj.

Pyetje udhëzuese për të prodhuar përmbajtje për historinë tuaj.

Problemi Cili problem (që ju mund të zgjidhni) është ai me të cilin grupi juaj përballet?

Përfitimi Cili është përfitimi përkatës për grupin e synuar (që do t'i ndihmojë ata të plotësojnë nevojat e tyre)?
Cili është përfitimi përkatës që dëshironi të krijoni?
Çfarë problemi mund të zgjidhni për grupin e synuar?

Si Si mund të trajtohet problemi?
Cilat janë rezultatet apo rekomandimet e rëndësishme (për të theksuar mesazhin tuaj dhe përfitimet)?

Thirrje për veprim Si duhet të përgjigjet audienca juaj?



3

ZGJIDHNI NJË STORIE TË PËRSHTATSHME

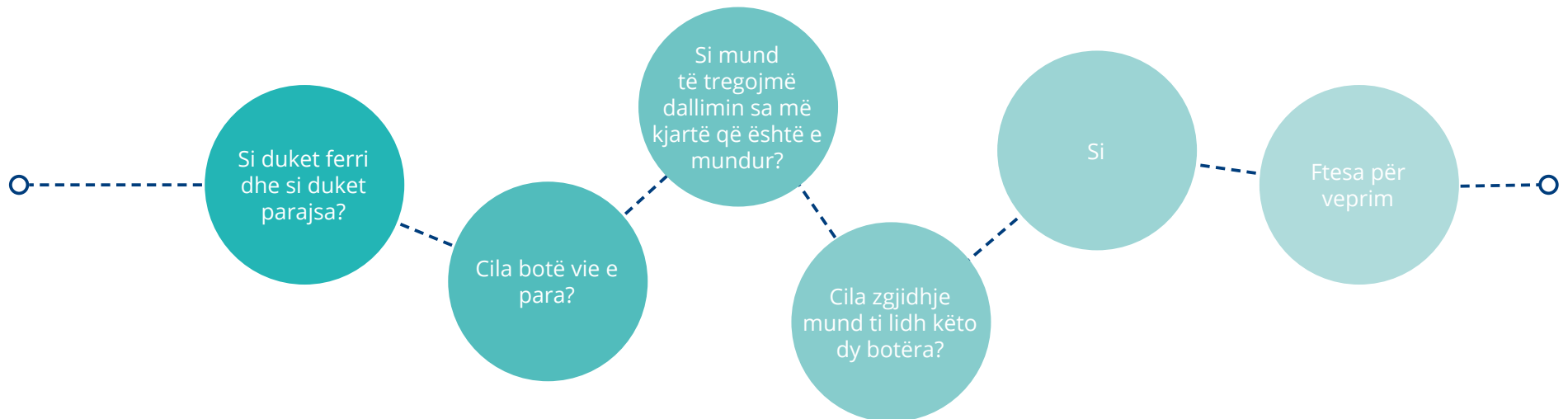
Ngritja dhe rënia në një narativ janë çfarë e kthejnë atë në një tregim. Një hark tregimi është krijuar nga riorganizimi i blloqeve kryesore të ndërtimit të tregimit sipas një teme bazë. Teknikat përfshijnë tema të tilla si “nga i varfër ne i pasur” dhe “udhëtimi i heroit”, të cilat janë veçanërisht të dobishme në një kontekst MFP.



Një histori nga varfëria në pasuri për skenarë

Një histori e tillë mund të përdoret për të formuar evolucionin e skenarëve të ndryshëm. Situatat përshkruhen dhe janë këto dy botë (“ferri dhe qielli”). Tema themelore është se një situatë më pak se ideale mund të jetë në thelb e përmirësuar – dhe ne e dimë se si.

Tregimi zhvillohet si vijon:

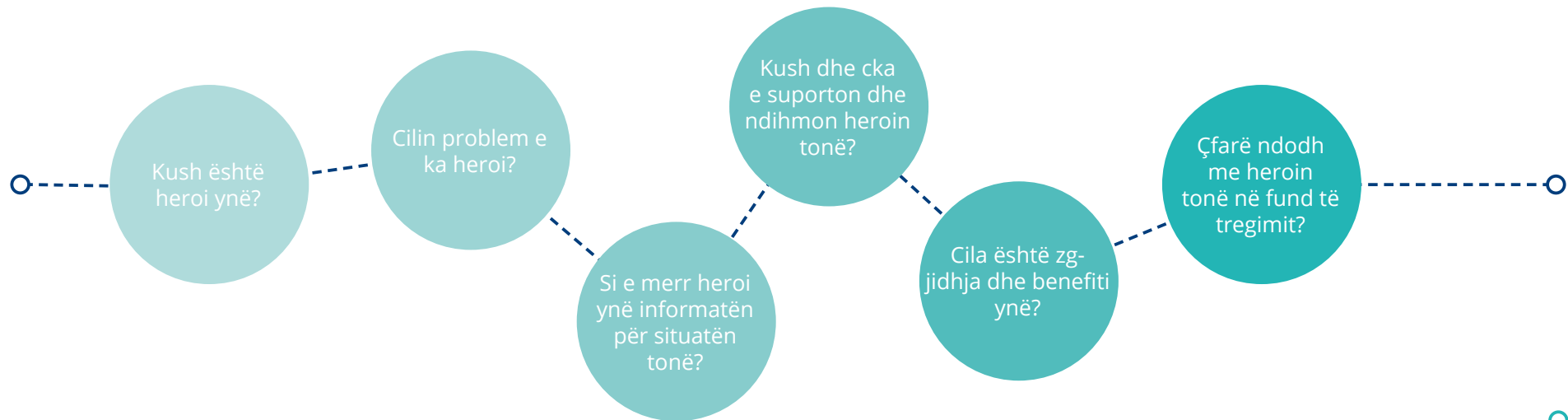




Udhëtimi i një heroji për prekjen njerëzore

Një figurë heroike që na ndihmon të kapërcejmë një problem është në zemër të udhëtimit të heroit. Heroi ynë mund të jetë një anëtar i grupit të synuar, mentor, ekspert, apo edhe një objekt siç është një raport. Për udhëtimin e heroit në punë, publiku duhet të identifikohet me heroin tonë dhe të ketë një qëndrim pozitiv ndaj këtij personazhi.

Tregimi zhvillohet si vijon:





4

PLANIFIKIMI STRATEGJIK I PËRMBAJTJES



Provoni histori të teknologjisë së ulët

Një histori tregimi është një skicë vizuale e përmbajtjes që duam të krijojmë. Asgjë nuk është përfundimtare gjatë zhvillimit të tabelës së tregimit dhe elementët mund të zhvendosen dhe ndryshohen derisa tregimi të jetë konciz dhe i saktë. Filloni në një mënyrë të teknologjisë së ulët me shënime post-it, një tabelë të bardhë ose letër të thjeshtë. Heqja e ideve është shumë më e lehtë nëse ato janë në letër dhe jo në një prezantim në PowerPoint.



Figura 5

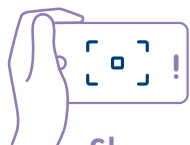
Post-it storyboard

Burimi

Author, based on Nussbaumer Knaflic, C. (2015). Storytelling with data. A data visualization guide for business professionals.



GJU
HA



Skanoi këtë pamje me aplikacionin Artivive



Raportet publike financiare dhe fiskale janë bërë më shumë komplekse dhe të sofistikuara në dekadat e fundit. Ekspertët zakonisht i shkruajnë ato për ekspertë të tjerë, dhe leximi dhe kuptimi i tyre kërkon një nivel të lartë teknik njohurish që nuk i ka nga një pjesë e madhe e popullsisë. Fjali të mbivendosura, fjalë të gjata, mënyra të sofistikuara të të shprehurit, terma teknikë dhe të detajuara Përmbajtja është e vështirë për t'u përpunuar dhe memorizuar. Kjo jo vetëm që i bën ato jashtëzakonisht të vështira për t'u kuptuar por edhe e bën audiencën të humbasë interesin ose të ndalojë duke lexuar.

Për shembull, një Raport Financiar 2021 nga Qeveria e SHBA publikuar në faqen e internetit të Thesarit të SHBA-ve se synohet të informojë "Presidentin, Kongresin, dhe popullin amerikan" për financat e qeverisë. Raporti përfshin gjithashtu një ekzekutiv me një faqe përmbledhje (shih figurën 5 më poshtë). Megjithatë, një analizë e tekstit² tregon se personi mesatar do t'i duheshin gati 22 vjet arsimim formal për ta kuptuar atë.



Rezultatet shkurtimisht

Tabela "Nation by the Numbers" në faqen e mëparshme dhe në vijim përmbledhin matjet kryesore në lidhje me pozicionin financiar të qeverisë federale për dhe gjatë VF 2021:

- Deficiti buxhetor u ul me 356.3 miliardë dollarë (11.4 përqind) në 2.8 trilionë dollarë dhe kostoja neto e operimit u ul me 746.5 miliardë dollarë (19.4 përqind) në 3.1 trilion dollarë.
- Kostot bruto të qeverisë prej 7.3 trilion dollarë, më pak 462.3 miliardë dollarë të ardhura të fituara për mallrat dhe shërbimet e ofruara për publikun, plus 518.4 miliardë dollarë humbje neto nga ndryshimet jep kosto neto të qeverisë prej 7.4 trilion dollarë.
- Të ardhurat tatimore dhe të tjera u rritën me 684.3 miliardë dollarë në 4.3 trilion dollarë. Zbritja e këtyre të ardhurave nga kostoja neto jep koston operative neto të qeverisë federale prej 3.1 trilion dollarësh të përmendur më lartë.
- Krahasimi i aktiveve totale të qeverisë prej 4.9 trilionë dollarësh me detyrimet totale prej 34.8 trilionë dollarësh (të përbërë kryesisht prej 22.3 trilionë dollarësh në borxhin federal dhe interesin e pagueshëm, dhe 10.2 trilion dollarë e përfitimeve të pagueshme të punonjësve federalë dhe veteranëve) jep një pozicion neto negativ prej 29.9 trilion dollarë.
- [...]




Figura 6

Foto e Raportit Financiar nga Qeveria e Shteteve të Bashkuara nga viti 2021.

Burimi

U.S. Treasury (2022). Financial Report of the United States Government, p. 2.

² E ashtuquajtura formulë në mjegull me armë zjarri, e llogaritur duke përdorur <http://readable.io>, analizon një tekst dhe gjeneron një rezultat që është i barabartë me numrin e viteve të nevojshme për ta kuptuar. Në këtë rast, rezultati ishte 21.9.



Është e qartë se fjalët që përdorim për të treguar historinë janë të paktën po aq të rëndësishme sa edhe numrat që përfshijmë. Qëllimi primar i gjuhës në tregimin e drejtuar nga të dhënat nuk është vetëm për të lehtësuar transferimin e informacionit por për të komunikuar çështje komplekse dhe të shpjegojë konceptet abstrakte në mënyrë të përmbledhur. Përmes një gjuhe të thjeshtë dhe të kuptueshme, historia bëhet më e kapshme dhe më e rëndësishme.



Stili i mirë i të shkruarit

Një stil i mirë shkrimi përcjell mesazhin themelor në mënyrë efektive. Një element kyç është lexueshmëria, e cila përfshin përdorimin e fjalëve, frazave, fjalive dhe paragrafëve në të tilla mënyra për të komunikuar qartë faktet dhe idetë.

1

NGA NJËRI PERSON TE TJETRI



Shmangni termat teknikë dhe fjalët shumërokëshe

Kujdes nga mallkimi i dijes dhe mos harroni se audienca juaj mundet të ketë më pak ekspertizë financiare se sa ju ose një përvojë tjetër arsimore. Komunikoni në mënyrë që ata të kuptojnë dhe të përgjigjen, dhe të përipiuni të shmangni termat teknik (nëse kjo nuk është e mundur). Në mënyrë të ngjashme, përmbahuni nga përdorimi i fjalëve të gjata shumërokëshe, që shpesh rrjedhin nga greqishtja ose latinishtja. Në vend të kësaj, së pari provoni të lexoni me zë të lartë atë që sapo keni shkruar dhe vendosni veten në vendin e lexuesit tuaj. A do ta kuptoni herën e parë e lexuat?



Përdorni foljet për veprimet, emrat për faktet dhe mbiemrat për emocionet

Bëjeni gjuhën tuaj më energjike dhe, për rrjedhojë, më të afërt. Gjallëria përcillet me lloje të ndryshme fjalësh dhe si përdoren dhe të kombinuara – foljet përshkruajnë veprime, emrat japin fakte dhe mbiemrat shfaqin emocione. Mbiemrat mund të ngjallin interes dhe të shtojnë qartësi, por mos i përdorni ato tepër pasi ato mund të ngadalësojnë rrjedhën e ideve.



Përdorni zërin aktiv dhe jo pasiv

Është një zakon i akademikëve që të përdorin pasivin dhe jo aktivin. Megjithatë, ajo që mund të justifikohet në hulumtim duhet të shmanget në tregim. Zëri pasiv mund të dobësojë rrëfimin dhe zakonisht kërkon më shumë fjalë, gjë që mund të bëjë që lexuesi të humbasë interesin. Mbi të gjitha, përdorni me kujdes formën pasive pasi ajo tenton t'ju largojë nga audienca juaj nëse përdoret tepër.

2

FOKUSOHUNI NË PJESËT E RËNDËSISHME



Jo të gjitha të dhënat janë njësoj të rëndësishme

Përdorni numrat dhe të dhënat me masë. Të dhënat ose statistikat duhet të jenë themeli i historisë që duam të tregojmë, por asnjëherë vet historia. Ngarkesa e audiencës suaj me numra është mënyra më e lehtë për të humbur fokusin. Në vend të kësaj, përdorni me mençuri hapësirën ekzistuese të vëmendjes duke hequr të dhënat e panevojshme.



Shkruani shkurtë

Fjalitë e gjata ngadalësojnë lexuesin ose dëgjuesin dhe janë të vështira për t'u ndjekur, duke i bërë ata të humbin interesin për tekstin ose prezantimin fare. Mbani fjalitë e shkurtra, koncize dhe deri në pikën që të kenë të njëjtin efekt si një person duke folur në një mënyrë pasionante dhe argëtuese. Prandaj, komunikoni mesazhi juaj themelor me sa më shumë fjalë të nevojshme, por aq pak fjalë sa të jetë e mundur.



Formatimi i tekstit

Leximi është një ushtrim kërkues, veçanërisht kur përballemi me një bllok të paformatuar të tekstit. Megjithatë, me ndihmën e të dhënave vizuale dhe një strukturë logjike, ne mund të tërheqim vëmendjen ndaj informacionit të rëndësishëm.

3

STRUKTURONI TEKSTIN



Një paragraf për një ide të thjeshtë

Çdo paragraf duhet t'i kushtohet një ideje bazë dhe të lidhet me një argument të vetëm. Shpjegoni një gjë pas tjetrës dhe udhëzoni lexuesin me një progresion logjik dhe të lidhur pikash. Për koherencë, sigurohuni që secila fjali lidhet me atë të mëparshmen.



Nëntitujt janë linja e tregimit

Nëntitujt dhe titrat që paraqesin çdo paragraf shtojnë edhe më shumë strukturë në tekstin tuaj dhe udhëzojnë lexuesin përmes tregimit. Kjo jo vetëm rrit lexueshmërinë, por e bën tekstin të lehtë për t'u skanuar vizualisht.

4

PËRDORNI FORMA VIZUELE PËR TË UDHËZUAR LEXUESIN



Përdorni forma tërheqëse vizuale

Të ashtuquajturat attribute paraprake ndihmojnë për të tërhequr vëmendjen ndaj elementeve të vetme ose të shumëfishta në një tekst. Figura 6 më poshtë tregon se si mund të përdoren veçoritë, të tilla si madhësia, ngjyra, tipi i theksuar ose teksti i madh. Duke formatuar tekstin, syri i lexuesit tuaj tërhiqet menjëherë nga pikat kritike pa i kërkuar ato me vetëdije. Megjithatë, kini kujdes mos për të mbipërdorur këto attribute dhe në këtë mënyrë mbizotërojnë audiencën vizualisht.

Tekst i thjeshtë

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) përmbushin qëllime të ndryshme brenda një cikli të MFP. PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik. GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

Ngjyra

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) **përmbushin qëllime të ndryshme** brenda një cikli të MFP. PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik. GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

Madhësia

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) **përmbushin qëllime të ndryshme** brenda një cikli të MFP. PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik. GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

E theksuar

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) përmbushin qëllime të ndryshme **brenda një cikli të MFP**. PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik. GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

Tekst i lakuar

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) përmbushin qëllime të ndryshme brenda një cikli të MFP. *PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik.* GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

Ndarje me hapsirë

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) përmbushin qëllime të ndryshme brenda një cikli të MFP. PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik. GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

Rrethim

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) përmbushin qëllime të ndryshme brenda një cikli të MFP. PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik. GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

Theksim

Kontabiliteti i Sektorit Publik (PSA) dhe Statistikat Financare të Qeverisë (GFS) përmbushin qëllime të ndryshme brenda një cikli të MFP. PSA është e fokusuar në regjistrimin dhe paraqitjen financiare të informacionit mbi performancën dhe pozicionin financiar të subjekteve të sektorit publik. GFS ka të bëjë kryesisht me ndikimin e qeverisë së përgjithshme në ekonomi dhe shërben si input për raportimin makroekonomik.

Figura 7

Mundësitë e formatimit të tekstit

Burimi

World Bank (2019). Benchmarking Guide: Integrating PSA and GFS; in combination with: Nussbaumer Knaflic, C. (2015). Storytelling with data. A data visualization guide for business professionals.





Krijoni një hierarki vizuale

Atributet paraprake mund të kombinohen gjithashtu për të krijuar një hierarki vizuale brenda tekstit tuaj. Përsëri, është thelbësore të gjesh një ekuilibër dhe të zgjedhësh se cilët elementë të theksohen duke mos hequr të tjerët. Theksimi i një komponenti largon vëmendjen nga tipari tjetër i tekstit. Kjo ndihmon në hartimin e historisë dhe sqarimin e asaj që është thelbësore.

Përdorimi i attributeve paraprake për të krijuar një hierarki vizuale – një shembull

Faktorët që mund të ndikojnë në besueshmërinë e buxhetit.

Kjo perfshin

Iniciativat politike

Iniciativat e politikave ose vendimet e tjera të shpenzimeve pas buxhetit jashtë procesit buxhetor vjetor;

Rishpërndarjet e mëdha

Rindarjet e mëdha ndërmjet ministrive dhe programeve;

Vlerësime jo të besueshme të të ardhurave

Vlerësime tepër optimiste ose ndryshe jo të besueshme të të ardhurave;

Alokimet jashtë ciklit buxhetor

Ndarja e granteve dhe mbështetjeve tjera buxhetore nga partnerët e zhvillimit jashtë ciklit buxhetor vjetor;

Goditjet e jashtme


Goditje të jashtme si fatkeqësitë natyrore ose të pafavorshme globale ose kushtet ekonomike rajonale.

Figura 8

Përdorimi i attributeve paraprake për krijimin e një hierarki vizuale

Burimi

PEFA (2018). Volume II: PEFA Assessment Fieldguide; in combination with: Nussbaumer Knaflic, C. (2015). Storytelling with data. A data visualization guide for business professionals.

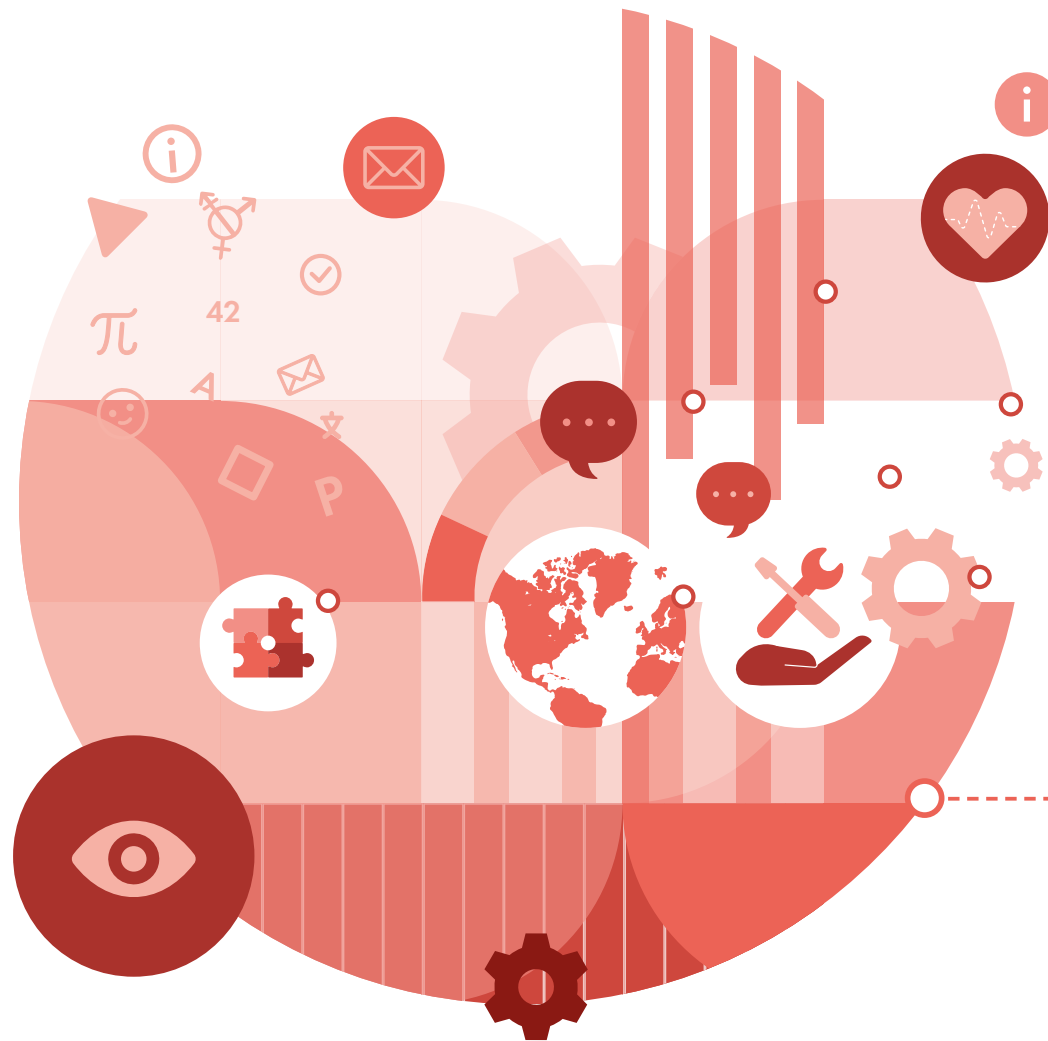


VIZU

ALI

 ZIMI





Skaroni këtë pamje me aplikacionin Artivive



Të jesh në gjendje të vizualizosh të dhënat dhe të tregosh histori me to është çelësi për t'i kthyer ato në informacion që mund të përdoret për të nxitur vendimmarrje më të mirë.

Nussbaumer Knaflic, C. (2015). Storytelling with data.

Vizualizimi është një pjesë jetike e tregimit të të dhënave. Ilustrimet dhe pamjet janë instrumentale në

- nxjerrjen në pah të momenteve kyçe të tregimit dhe komunikimin e mesazhit qendror,
- zëvendësimin e gjuhës për të shpjeguar çështjet komplekse dhe/ose teknike dhe
- komunikimi dhe përfaqësimi (vizualisht) i të dhënave të papërpunuara.

Vizualizimi gjithashtu ndihmon në mënyrë strategjike për të tërhequr vëmendjen e audiencës duke bërë më shumë tërheqës informacionin e thatë dhe të bazuar në fakte. Për shembull, nëse krahasoni kopertinat dhe anasjelltas faqet e këtyre raporteve financiare më poshtë, nga cili do të ishit ju tërhequr menjëherë?

Kutia e veglave të vizualizimit ofron dy mënyra kryesore për të mbështetur grafikisht komunikimin e drejtuar nga të dhënat dhe atë financiar – vizualizimi i të dhënave dhe infografika.

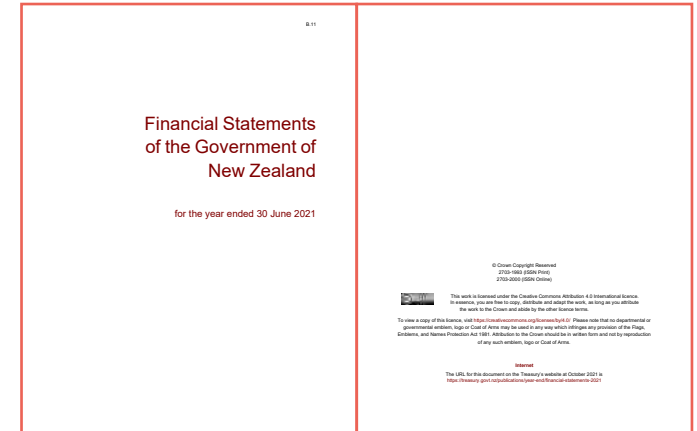


Figura 9

Pasqyrat financiare të publikuara nga Qeveria e Zelandës së re dhe qytetit të Torontos

Burimi

Treasury of New Zealand (2021). Financial Statements of the Government of New Zealand; City of Toronto (2021). Annual Financial Report 2020.



Vizualizimi i të dhënave

Vizualizimi i të dhënave i referohet paraqitjes vizuale të vëllimeve të mëdha të të dhënave numerike, të nxjerra në mënyrë tipike nga një algoritëm duke përdorur grafikun ose softuerin e diagramit. Zgjedhja e një imazhi bindës është jetike për komunikimin e suksesshëm të të dhënave. Në përgjithësi, ekzistojnë dy lloje të vizualizimit të të dhënave - tabela dhe grafika. Ndërsa tabelat lexohen dhe ndërveprojnë me ne verbalisht, grafikët lidhen me ne vizualisht dhe e komunikojnë atë informacion më shpejt.



ZGJEDHJA E KATEGORIVE E VIZUALIZIMIT TË TË DHËNAVE



Tabelat ndihmojnë të organizohen të dhënat

Tabelat mund të përdoren për të strukturuar të dhënat në një formë vizuale të organizuar mirë. Ato zakonisht përdoren për të komunikuar figura të shumta me një audiencë të cilët do të kërkojnë një fakt të veçantë. Për të ndihmuar krahasimet, një tabelë e numrave mund të shndërrohet në një hartë të nxehtësisë, ku mund të bëjnë nuancat e ngjyrave përdoret për të theksuar “pikat e nxehta”. Sidoqoftë, duhet të shmangni përdorimin e tabelave gjatë një prezantimi të drejtpërdrejtë sepse vëmendja do të tërhiqet nga tregimi dhe do të fokusohet në tabelë.



Figura 10

Tabela dhe harta e nxehtësisë

Burimi

Nussbaumer Knaflic, C. (2015).
Storytelling with data. A data
visualization guide for business
professionals.

Tabela

	A	B	C
Kategoria 1	15%	22%	42%
Kategoria 2	40%	36%	20%
Kategoria 3	35%	17%	34%
Kategoria 4	30%	29%	26%
Kategoria 5	55%	30%	58%
Kategoria 6	11%	25%	49%

Tabela e nxehtësisë

	A	B	C
Kategoria 1	15%	22%	42%
Kategoria 2	40%	36%	20%
Kategoria 3	35%	17%	34%
Kategoria 4	30%	29%	26%
Kategoria 5	55%	30%	58%
Kategoria 6	11%	25%	49%



SHËNIM

Këto figura tregojnë dy pamje të të njëjtin grup të dhënash. Ngjyra përdoret për të përcjellë madhësinë relative të numrat.

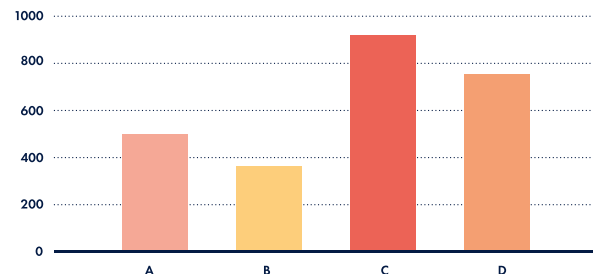


Përdorni grafikët për të paraqitur marrëdhëniet

Grafikët mund të paraqesin një vëllim të madh të dhënash shpejt dhe në një mënyrë të lehtë për t'u konsumuar. Ato janë veçanërisht të dobishme kur ka një mesazh në formën e të dhënave, ose dëshironi të demonstroi se si ndryshojnë variablat lidhur me njëra tjetrën. Ka shumë grafikë të ndryshëm për të përfaqësuar grupe të dhënash, secila e përshtatshme për një rast aplikimi specifik. Grafikët më të përdorur janë tre-guar në figurën 10.

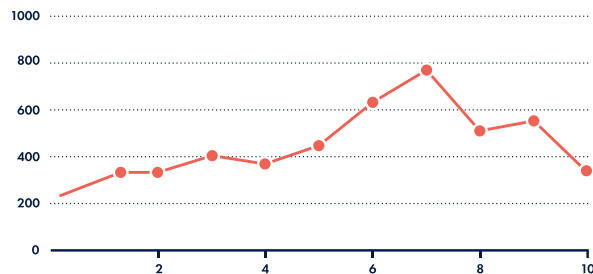
Grafik me shtylla

Një grafik me shtylla tregon marrëdhënien midis një vlere numerike dhe një kategorie që zakonisht është cilësore. Grafikët me shtylla janë shumë të zakonshëm sepse ato mundësojnë krahasimin e lehtë vizual.



Grafik me segmente

Grafikët me segmente shfaqin vlerat sasiore mbi kohë dhe përdoren kryesisht për të treguar tendencat dhe analizojnë se si të dhënat kanë ndryshuar me kalimin e kohës.



Grafiku shpërndarës

Grafiku i shpërndarjes përdoret për të shfaqur marrëdhënien ndërmjet dy vlerave sasiore. Permasha e pikave mund të përcjellë edhe informacion kur shtohet një dimension i tretë, i cili konverton këtë në një grafikë flluskë.

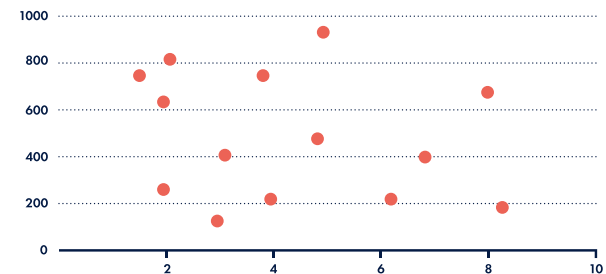


Figura 11

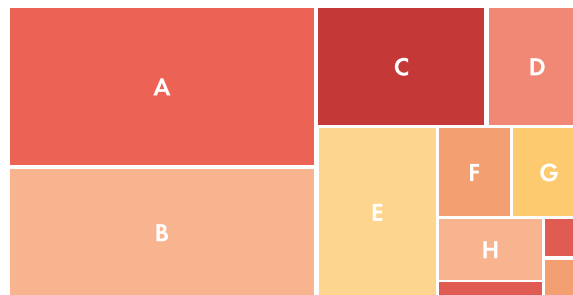
Grafikat e shpeshta

Burimi

Severino Rebecca (2022). Data Visualization Catalogue; Data Viz Project (2022). Ferdio; From Data to Viz (2018).

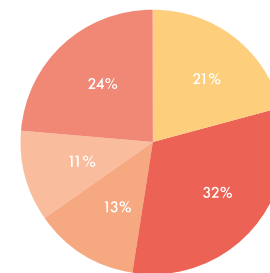
Harta

Hartat tregojnë (zakonisht në mënyrë hierarkike) të dhëna si një grup drejtkëndëshash të mbivendosur. Ata marrin pak hapësirë përfaqësojnë shumën të konsiderueshme të të dhënave.



Grafik rrumbullak

Grafikët rrumbullak i japin audiencës një ide të shpejtë të shpërndarjes proporcionale e të dhënave, ku sektorët kapin shumën 100%. Është sfiduese që syri i njeriut t'i përshkruajë vlerat sasiore në hapësirë dy-dimensionale; pra, etiketat/sqarimet e të dhënave duhet shtuar.



2

MJETE TË DOBISHME



Mbështetje online për vendimmarrje

Është e rëndësishme të merret parasysh paraprakisht se çfarë lloji i vizualizimit të të dhënave është më i përshtatshme. Katalogë të ndryshëm në internet janë të dobishëm kur zgjidhni të duhurin kah lloji i pamjes. Shembujt përfshijnë “Katalogun e vizualizimit të të dhënave”, “Data Viz Project”, dhe nga “Data to Viz”.



Mjetet e vizualizimit

Shumica e programeve të përpunimit të të dhënave ose softuerëve të fletëllogaritjes, si Excel, përfshijnë një funksion vizualizimi. Ju gjithashtu mund të përdorni vizualizimin e specializuar të të dhënave softuer, i cili ofron më shumë veçori. “Datawrapper” është një i shembull i shkëlqyer i një aplikacioni softuerësh të thjeshtë për t’u përdorur, të bazuar në ueb për krijimin e grafikave dhe tabela tërheqëse.



SHËNIM

Informacione të detajuara për të gjitha mjetet e përshkruara në këtë seksion mund gjenden në fund të kapitullit nën “lexim të mëtejshëm dhe të dhëna dhe shembuj tregimi”, të qasshme përmes kodit QR.



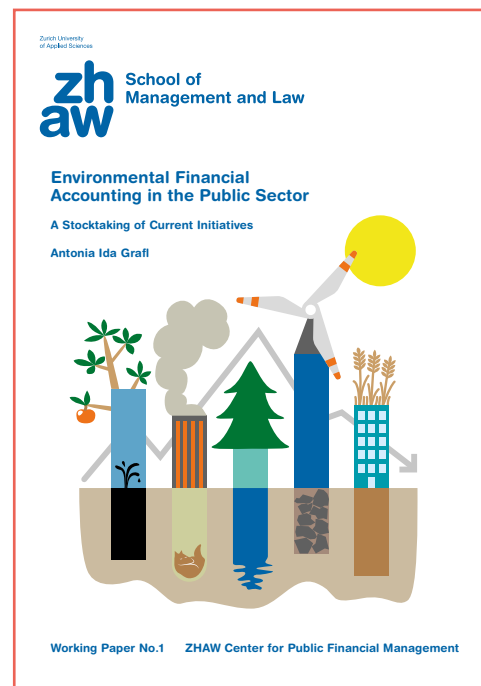
Infografikat

Për dallim me vizualizimin e të dhënave, infografikët janë ilustrime të vizatuara që tregojnë dhe shpjegojnë informacione ose njohuri duke shkëmbyer një sasi të kufizuar të dhënash. Në kryqëzimin e artit dhe të dhënave, një infografik mund t'ju ndihmojë thjeshtoni një çështje të ndërlikuar ose ktheni një tjetër jointeressante në një subjekt tërheqës.

Figura 12
Infografika për kontabilitetin financiar mjedisor

Burimet

Grafl A. (2021): Environmental Financial Accounting in the Public Sector - A Stocktaking of Current Initiatives.



3 DISENJONI DHE PËRDORNI RASTET



Tregim pamor

Infografikët ofrojnë një përmbledhje të lehtë për t'a kuptuar një temë dhe shpesh referohen si tregim vizual. Komunikimi vizual i mesazhit qendror si historia, raporti ose analiza janë aplikime tipike.



SHËNIM

Kjo infografikë ilustron temën e një punimi mbi kontabilitetin financiar mjedisor. Ajo prezanton elemente ekonomike me atë që i ngjan grafikave, i cili njëkohësisht paraqet nëntokën dhe burime të tjera natyrore.



Zëvendësimi i gjuhës

Përveç kësaj, infografika mund të shpjegojë çështje komplekse shpejt, qartë dhe në një mënyrë tërheqëse. Ato mund të përdoren për të përshkruar procese ose sekuenca duke zëvendësuar gjuhë me pamje për ta bërë një tekst më të aksesueshëm tek lexuesi.

Figura 13

Infografikat në PEFA në 10 hapa



SHËNIM

Kjo infografikë përshkruan procesin e Vlerësimit PEFA. Shërben si orientim përgjatë manualit përkatës, ku është futur në mënyrë të përsëritur në fillim të kapitujt e ndryshëm.

Burimet

Sekretariati i PEFA, 2018; Manual Vol.1: Procesi i Vlerësimit të PEFA – Planifikimi, Menaxhimi dhe përdorimi i PEFA.

PEFA në 10 hapa



4 KRIJIMI I INFOGRAFIKAVE



Transferimi i jashtëm

Përvoja tregon se krijimi i infografikëve shpesh jepet nga jashtë për dizajnerët profesionistë grafikë. Megjithatë, përgjegjësia e përgjithshme mbetet me pronarin e të dhënave, i cili duhet të drejtojë dhe informojë dizajnerin grafik. Ajo mund të jetë e dobishme për të krijuar një skicë fillestare për të përcjellë mendime, sugjerime, dhe histori themelore.



Mjete të bazuara në ueb DIY

Disa programe të dobishme të bazuara në ueb mund të krijojnë infografikë, duke përfshirë "Canva" dhe "infogram" (ku kërkohet regjistrim paraprak).

Vizualizimi i gatshëm: I papërpunuar, por efektiv

Mungesa e kohës dhe parave mund t'ju pengojë për konsultim me një dizajner grafik profesionist. Për fat të mirë, shumë katalogë online dhe baza të të dhënave të pamjeve mund të shkarkohet pa pagesë ose të blihet me përdorim të drejtave (p.sh., "freepik" ose "ICONS8"). Përveç kësaj, shumë programe të përpunimit të tekstit përfshijnë një përzgjedhje të gjerë të ikonave të personalizueshme për të strukturuar dhe lehtësuar navigimin brenda dokumenteve të shkruara. Megjithatë, sigurohuni që ikonat ose imazhet që përdorni përputhen me përmbajtjen.

Ky seksion prezanton një kornizë duke përfshirë udhëzimet për montimin e elementeve për tregimet e të dhënave më në mënyrë efektive. Korniza ofron qasje e strukturuar për zbatimin e projekteve të komunikimit që përfshijnë publikun me informacion financiar sektorial.

TI BASH- KOJ MË

TË

GJITHA

○ Konsideratat paraprake

Përpara se të zbatoni projektin tuaj të tregimit, duhet të keni parasysh kontekstin në të cilin jeni duke komunikuar. Sa më shumë kohë dhe përpjekje të investoni në këtë fazë, aq më i fokusuar do të qëndroni. Të kuptuarit e kontekstit do konsolidon veprimet tuaja dhe ju ndihmoni të zgjidhni burimet tuaja me mençuri. Duke qenë i qartë për pesë aspektet e mëposhtme do t'ju ndihmojnë gjithashtu të shmangni gabime dhe përsëritje të pafundme.

1 MOTIVIMI

Është thelbësore që të vendosni “pse” dhe objektivin kryesor e asaj që po përpiqeni të komunikoni. Të kesh një qëllim të qartë është ndryshimi midis thjesht ndarjes së informacionit dhe komunikimi me audiencën tuaj në mënyrë të paharrueshme dhe kuptimplote.

○ Pyetje udhëzuese

- Cili është qëllimi juaj? Çfarë dëshironi të arrini?
- Çfarë do të ndryshojë për shkak të komunikimit tuaj?
- Cila nga nevojat e audiencës suaj mund të plotësohet?

○ Nevojat e mundshme përfshij

Mbështetja	Besimi	Pranimi i informatave
Përkushtimi	Kontributi	Pranimi
Përkatësia	Solidariteti	Vëmendja
Dhembshuria	Të vërehesh	...



2

MESAZHI KRYESOR

Përpquni të përmbledhni gjetjet e analizës suaj në një fjali e vetme. Mesazhi kryesor përfshin informacione të paraqitura si përmbledhje të përmasave të vogla për t'a shpjeguar kuptimin pas të dhënave.



Pyetje udhëzuese

- Cili është informacioni kritik që audiencia kupton dhe mban mend?
- Çfarë duhet t'u përcjellë audiencia miqve të tyre, kolegëve apo eprorëve?

3

TARGET GRUPI

Audiencia juaj duhet të përcaktohet sa më saktë që të jetë e mundur. Për shembull, "publiku i gjerë" ose "i brendshëm dhe i jashtëm palët e interesuara" nuk është një grup i synuar. Një përkufizim i qartë do të ndihmojë ju identifikoni përfitimet dhe pikat prekëse që lidhin audiencën ndaj mesazhit. Karakteristikat e grupit të synuar gjithashtu do të përcaktojnë zgjedhjen e mjeteve dhe kanaleve të komunikimit.



Pyetje udhëzuese

- Cili person apo grup njerëzish do të ndikohet më shumë nga komunikimi?
- A është një person apo një grup njerëzish – dhe çfarë i lidh ata?
- Çfarë niveli të njohurive numerike dhe financiare mund të prisni nga audiencia juaj?
- Në çfarë përvojash, nevojash, shpresash dhe ëndrrash kanë të përbashkëta?

4 TONI

Merrni parasysh gjendjen shpirtërore që dëshironi të krijoni pasi kjo ndikon në formulimin dhe hartimin e projektit tuaj.



Pyetje udhëzuese

- A është mesazhi kyç një paralajmërim solemn apo shkak për festë?
- A është objektivi një thirrje e përgjithshme për veprim apo një apel urgjent?
- Çfarë emocionesh do të donit të përcillnit? Si dëshironi ju që grupi i synuar të reagon?
- Cfarë lidhje emocionale ka grupi i synuar me mesazhin kryesor?



Ndenjat e mundshme përfshijnë

Besim	Frikë	Ndricim
Ndjenjë të detyrës	Gëzim	Befasi
Shok	Motivim	...



5

KANALET E KOMUNIKIMIT

Në fund, duhet të merrni parasysh mënyrën tuaj të komunikimit përpara se të gjeneroni ndonjë përmbajtje. Metodatat e mundshme përfshijnë prezantime, dokumente të shkruara, video dhe multimedia të tjera - ose një kombinim i disave. Zgjedhja juaj do të varet nga niveli i detajimit të kërkuar, shkalla e dëshiruar e kontrollit mbi atë se si e përpunon marrësi informacionin dhe e kanali i preferuar i komunikimit.



Pyetje udhëzuese

- Nëpërmjet cilit medium dhe kanal mund të arrini tek grupi i synuar?
- Cili medium do ta tregonte më mirë historinë tuaj?
- Çfarë burimesh keni në dispozicion?



Të tregojmë historinë

Pasi të jetë themeluar konteksti, ju mund të nisni projektin e tregimit. Faza e zbatimit kërkon disa vendime në lidhje me të dhënat që përdorni, si duhet tregimi juaj të rrjedh, dhe nëse komunikimi juaj është më shumë i bazuar në tekst ose i bazuar në pamje.

6 ZGJEDHJA E TË DHËNAVE

Pika fillestare e tregimit të drejtuar nga të dhënat në MFP është njohuri të fituara nga analiza dhe monitorimi ose raportimi i të dhënave nga aktivitetet. Mos harroni, megjithatë, se të dhënat janë vetëm themeli i tregimit tuaj dhe jo vetë historia. Prandaj, mos harroni të përdorni informacionin sasior me masë dhe të përqendrohni mbi shifrat dhe numrat thelbësorë gjatë komunikimit tuaj për gjetjet.



Pyetje udhëzuese

- Çfarë figurash kyçe duhet të paraqisni për të përcjellë mesazhin tuaj?
- Si mund ta thjeshtoni paraqitjen e numrave tuaj? **(shih f. 19)**
- A do të ndihmonte vizualizimi i të dhënave tuaja? Nëse po, cili lloj vizualizimi është më i përshtatshëm? **(shih f. 47)**

7 ARKITEKTURA E TREGIMIT

Historitë e paharrueshme kanë një strukturë të caktuar në të cilën faktet dhe të dhënat janë të renditura. Pasi mesazhi kyç ka qenë i identifikuar, mund të filloni të ndërtoni narrativën tuaj. Së pari, ju duhet të vendosni për rrjedhën e rrëfimit, dhe ka disa modele të paracaktuara që mund të ndjekë linja juaj e historisë.



Pyetje udhëzuese

- A përcillet më së miri mesazhi kyç nëpërmjet një qenieje njerëzore? Po të jetë kështu, formati i udhëtimit të heroit mund të jetë më i miri. **(shih f. 31)**
- A ka ndonjë problem për t'u zgjidhur dhe a ka të skenare të ndryshme të mundshme? Nëse është kështu, formati ngavarfëria-në-pasuri mund të jetë i mirë. **(shih f. 30)**
- Nëse asnjë nga sa më sipër nuk duket e përshtatshme, a mund të vijojë historia? **(shih f. 29)**



8

PUNA ME TEKST

Arkitektura e tregimit është një mjet i dobishëm për të shkruar sepse ajo ofron një strukturë bazë për tekstin tuaj. Edhe gjatë përgatitjes për një prezantim të drejtpërdrejtë ose të regjistruar, është një ide e mirë të shkruani gjithçka. Lëreni versionin e parë të tekstit tuaj të qëndrojë, pastaj, lexoni përsëri dhe ndryshoni sipas nevojës. Nëse koha e lejon, gjeni dikë që është pjesë (ose e njej) grupin tuaj të synuar dhe lexoni tekstin e ofroni komente.



Pyetje udhëzuese

- A është formulimi juaj i qartë dhe konciz? A është gjuha juaj e përshtatshme për nivelin e arsimimit dhe edukimit financiar të grupit të synuar? **(shih f. 38)**
- A do të ishte më e lehtë për t'u lexuar nëse e formatonit tekstin tuaj? **(shih f. 40)**
- Cilat janë aspektet kryesore vizuale të tekstit tuaj? A ka ndonjë nga seksionet verbale që mund t'i zëvendësoni me vizualizime? **(shih f. 52)**

9

PUNA ME VIZUALIZIME

Kur punoni me vizualizime, hapi i parë është të merrni parasysh mesazhin pasi kjo do të ndikojë në zgjedhje, të tilla si ngjyrat dhe stilet e përdorura. Si rregull, çfarë është e vërtetë për shkrimin është e vërtetë edhe në botën vizuale – “më pak është më shumë.” Vizualizimi është atje për të mbështetur mesazhin tuaj kryesor dhe komunikon gjetjet kryesore, kështu që shmangni shpërqendrimin tuaj nga audienca me pamje të zgjuara por të panevojshme.



Pyetje udhëzuese

- A janë të përshtatshme të dhënat tuaja për vizualizimin e të dhënave apo për një infografikë?
- Në rastin e grupeve të të dhënave më të gjera, çfarë vizualizimi të të dhënave ilustron më së miri mesazhin? **(shih f. 50)**
- Në rastin e grupeve të të dhënave të vogla ose cilësore, cila është pamja vizuale dhe historia e infografikës suaj? Çfarë elementesh duhet të përmbajë? **(shih f. 51)**
- A ka ndonjë specifikim të identitetit të korporatës që duhet ndjeket apo përfshihet?

KORNIZA E TREGIMIT TË DHËNAVE NË SEKTORIN PUBLIK

Konceptoni

1

MOTIVIMI
vendos "pse"

2

**MESAZHI
KRYESOR**
përmbledhi gjetjet
në një fjali

3

**OBJEKTI
GRUP**
identifikoni audiencën

4

TONI
përcaktoni gjendjen
shpirtërore për t'u krijuar

5

**MJETET E
KOMUNIKIMIT**
konsideroni mënyrën
të komunikimit

Vendosni bazat

6

**PËRZGJEDHJA E
TË DHËNAVE**
identifikoni figurat kryesore

7

**ARKITEKTURA
HISTORIKE**
zgjedhni strukturën
e rrëfimit

8

Zgjidhni Mediumin

9

**DUKE PUNUAR
ME TEKST**
shkruani

10

**DUKE PUNUAR ME
VIZUALIZIMET**
zgjidhni llojin e
vizueleve

Të kontraktoni ose jo

Çështja e kontraktimit gjatë planifikimit të projektit tuaj të komunikimit është proces themelor dhe është i ndikuar nga shumë faktorë si burimet financiare, koha, kufizimet, preferencat individuale dhe talenti i disponueshëm. Kjo është arsyeja pse ky udhëzues përmban shumë këshilla për opsionet bëje vet. Por edhe nëse planifikoni të kontraktoni pjesën më të madhe të punës, përgjegjësia editoriale do të jetë gjithmonë me personin që dëshiron të tregojë një histori të bazuar në të dhëna. Kjo vlen edhe për konsideratat paraprake kur krijoni një kontekst pasi kjo do t'ju ndihmojë zgjidhni furnitorët dhe ofruesit e duhur të shërbimeve.



○

**ASPEKTET ETIKE
TË TREGIMIT TË
BAZUAR NË TË
DHËNA**

Tregimi i të dhënave është një mjet shumë i fuqishëm dhe me të vjen përgjegjësia për ta përdorur me kujdes. Aspektet etike të komunikimit të bazuar në të dhëna shkon përtej analizës së të dhënave sepse ne duhet të gjejmë një mënyrë për t'i bindur të tjerët derisa kemi mbetur të besueshëm dhe të drejtuar nga faktet. Gjatë ndërtimit të historisë sonë, ne duhet të përpiqemi për tu

- fokusuar në atë që ka rëndësi pa bërë rrezikuar transparencën,
- ofruar këshilla të synuara dhe specifike pa kompromentuar objektivitetin, dhe
- përgatitur të dhënat pa kompromentuar besueshmërinë.

Në vijim janë disa kufinj etik duke ruajtur sinqeritetin dhe autenticitetin.

1

BËHUNI FUQIZUES MË SHUMË SE NDIKUES

Në përcaktimin e asaj që është e pranueshme nga pikëpamja etike, qëllimi ynë dhe veprimet janë kritike. Komunikimi pa mesazh të qartë nuk është komunikim, por thjesht një transferim informacioni. Përpjekja për të ndikuar tek të tjerët është një akt balancues dhe duhet të kemi kujdes që të mos bëhemi manipulues. Përdorimi i tregimit për të fuqizuar audiencën për të bërë një provë të mirëinformuar si dhe vendimi i bazuar është një qasje e mirë.

2 TREGIMI NDJEK TË DHËNAT

Kur mendojmë për histori, janë libra ose filma të paharrueshëm – shumë prej tyre të cilat janë fiktive – që vijnë ndërmend. Megjithatë, në tregimin e të dhënave, të dhënat që përdorim për të treguar historinë përcaktojnë kufijtë e rrëfimit tonë. Prandaj, “Tregimi i historive” mund të shkojë aq larg sa lejojnë të dhënat ose, për ta thënë ndryshe në mënyrë, historia ndjek të dhënat dhe asnjëherë anasjelltas. Linjat bëhen të paqarta kur jemi përzgjedhës me të dhënat ose i detyrojmë ato të përshtaten me mendimet tona.

3 KUPTONI KUFIJTË E TË DHËNAVE

Mostra e të dhënave që kemi mbledhur mund të na lejojë të nxjerrim përfundime më të gjera, që mund të jetë një aspekt i rëndësishëm i tregimit. Megjithatë, mos harroni kurrë kufizimet e të dhënave tuaja – dhe gjithmonë do të ketë kufizime. Këto mund lidhen me metodën ose kohën e grumbullimit të të dhënave, madhësinë e mostrës, boshllëqet në të dhënat, paqartësitë në përgjigjet cilësore dhe shumë faktorë të tjerë. Gjëja kryesore këtu është të jesh sa më transparent që të jetë e mundur në lidhje me interpretimin e të dhënave të përdorura për tregimin.

4 THJESHTONI POR MOS FALSIFIKONI

Shpesh, jo të gjitha të dhënat e mbledhura do ta mbështesin historinë. Ndërsa është e pranueshme për të theksuar të dhënat që ju ndihmojnë të tregoni historinë tuaj, rezistoni tundimin për të fshehur të dhëna që nuk e mbështesin narrativën tuaj. Për të ruajtur besueshmërinë, bëhuni transparent kur analiza ose vlerësimi tregon ose rezultate të papritura ose të jashtëzakonshme.

5 BËHUNI TË SINGERTË PËR DËSHMI KONTRADIKTORE

Shpesh, jo të gjitha të dhënat e mbledhura do ta mbështesin historinë. Ndërsa është e pranueshme për të theksuar të dhënat që ju ndihmojnë të tregoni historinë tuaj, rezistoni tundimin për të fshehur të dhëna që nuk e mbështesin narrativën tuaj. Për të ruajtur besueshmërinë, bëhuni transparent kur analiza ose vlerësimi tregon ose rezultate të papritura ose të jashtëzakonshme.



6

BËNI VIZUALIZIMET BINDËSE, JO Ç'ORIENTUESE

Zgjidhni me kujdes shkallët, legjendat dhe titujt në vizualizimet tuaja. Këto janë trajektoret në të cilat audienca ose lexuesit përpunojnë të dhënat, nxjerrin përfundime dhe formulojnë pyetje. Përdorimi i teknikave specifike për të shpjeguar në këtë udhëzues për të theksuar ose ç'theksuar mund të ndihmojë në kapjen dhe vëmendjen e grupit të synuar pa cenuar integritetin. Figura më poshtë tregon shembuj se si rezultojnë përdorimi i shkallëve të ndryshme manipuluese dhe perceptimi i shtrembëruar dhe keqinterpretimi i të dhënave të paraqitura në grafikët.

7

PUBLIKONI TË DHËNAT

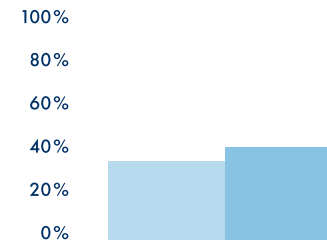
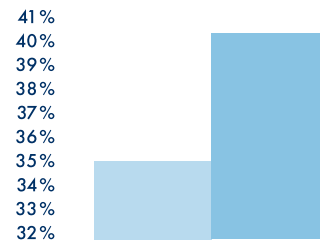
Të dhënat publike i përkasin publikut. Qasje të hapura të qeverisë dhe rritje dhe llogaridhënia kanë mundësuar ndërveprim më të madh ndërmjet privatit dhe individëve dhe sektorit publik. Publikimi i të dhënave të qeverisë mbështet mbikëqyrjen e përgjithshme të administratave dhe ndihmon në reduktimin e korrupsionit duke promovuar një transparencë më të madhe.

Figura 14

Shkallët manipulative

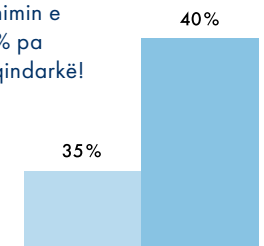
Burimi

Kaplowitz (2016). 3 Tips for Using Data To Tell Your Story, Ethically.



Ky program ishte një sukses!

kemi rritur angazhimin e donatorëve me 5% pa shpenzuar asnjë qindarkë!





PROGRAMMI PULSAR

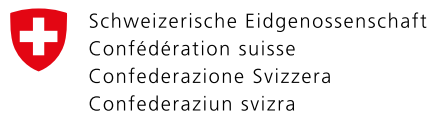
menaxhohet nga



CFRR 
Centre for Financial
Reporting Reform



financohet nga



Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO