

# Iznošenje podataka kroz priču u javnom sektoru

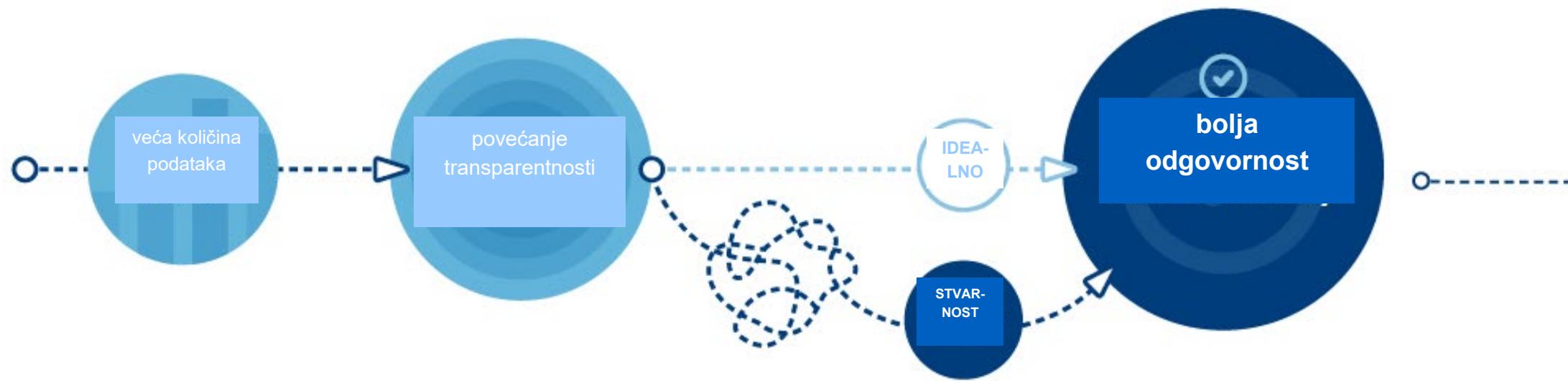
Ministarska konferencija CFRR-a  
30. studenoga/novembra 2022.

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften



## „Paradoks“ državnog fiskalnog i finansijskog izvještavanja.

- OECD (2018.) Rationalising government fiscal reporting [Racionalizacija državnog fiskalnog izvještavanja]
- Faktori koji doprinose:
  - količina
  - kompleksnost
  - jezik
  - izgled (prijelom)



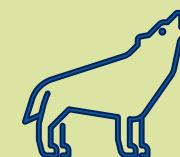
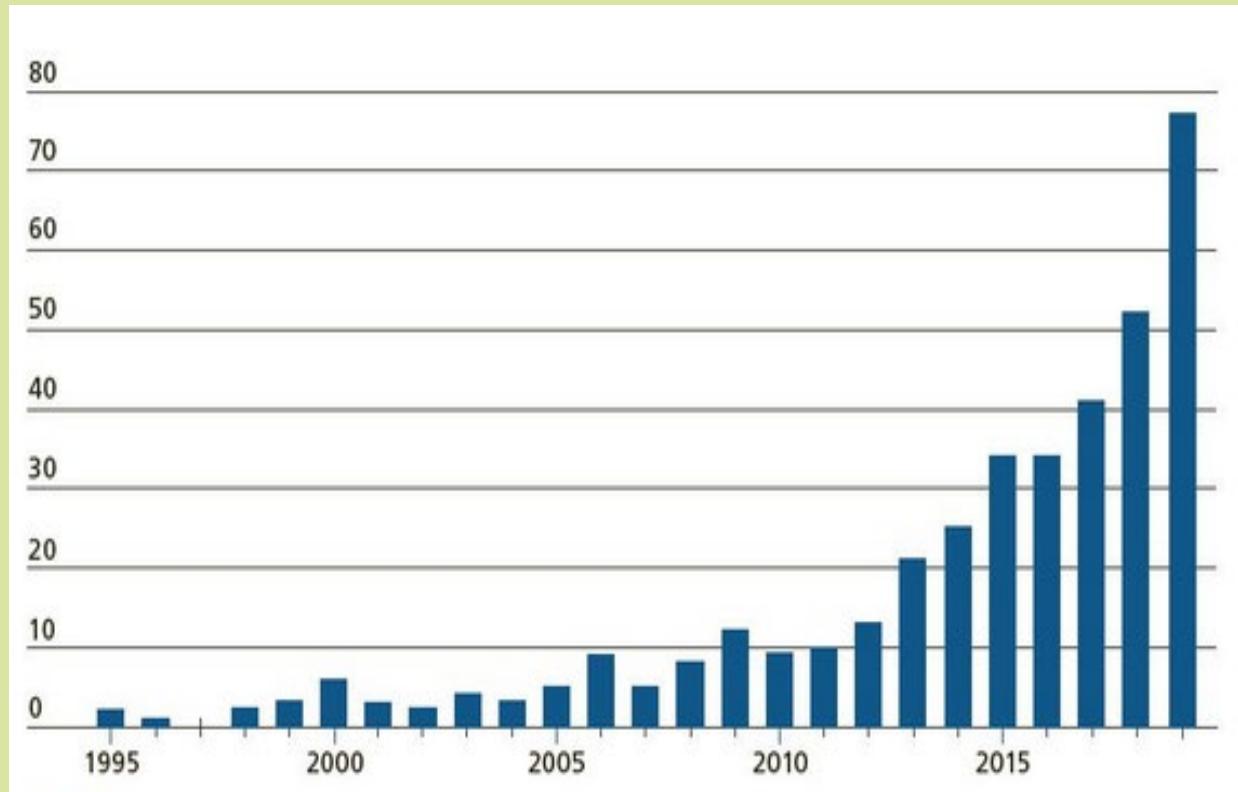


## Ljudi su predisponirani da reagiraju na priče.

- Našem je mozgu teško ...
    - ... obraditi pojedinačne informacije,
    - ... razumjeti apstraktne pojmove,
- kao što su neobrađene činjenice, brojevi i tehničke informacije.

O

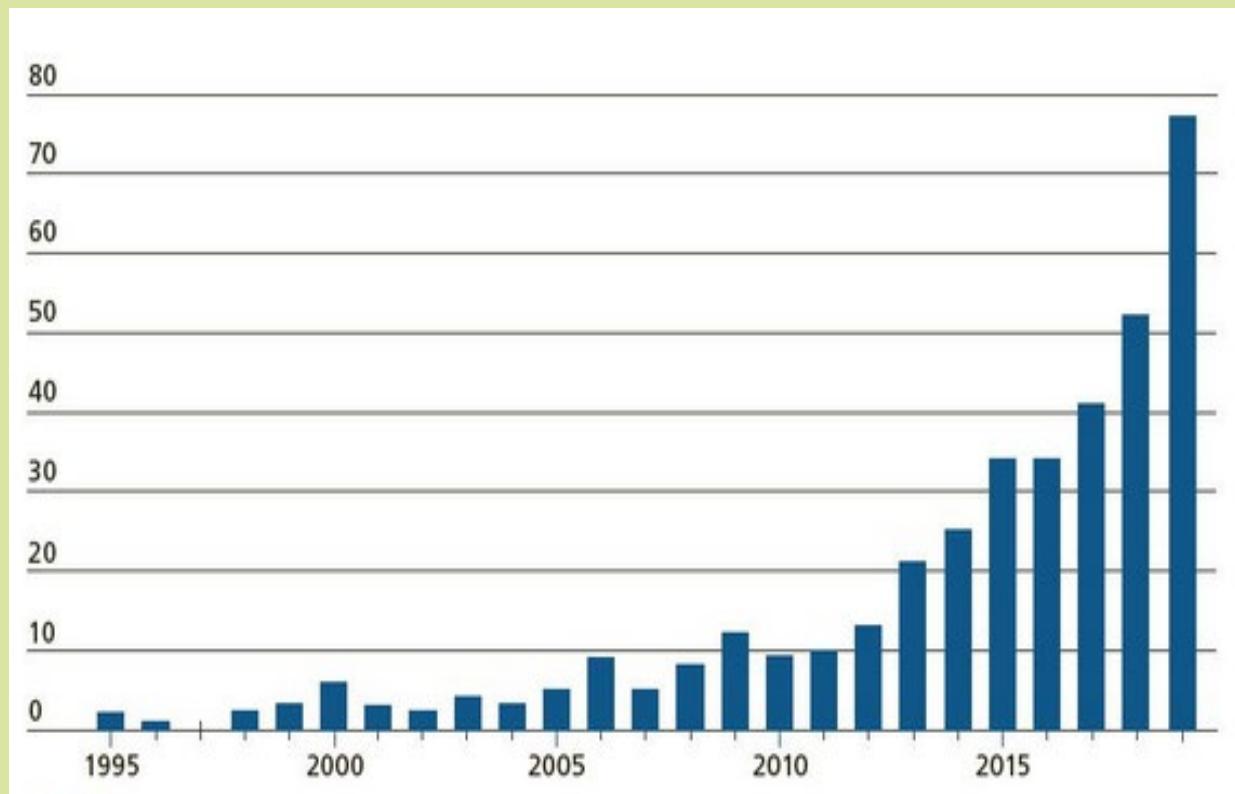
## Razvoj populacije vukova u Švicarskoj



Broj primijećenih vukova

O

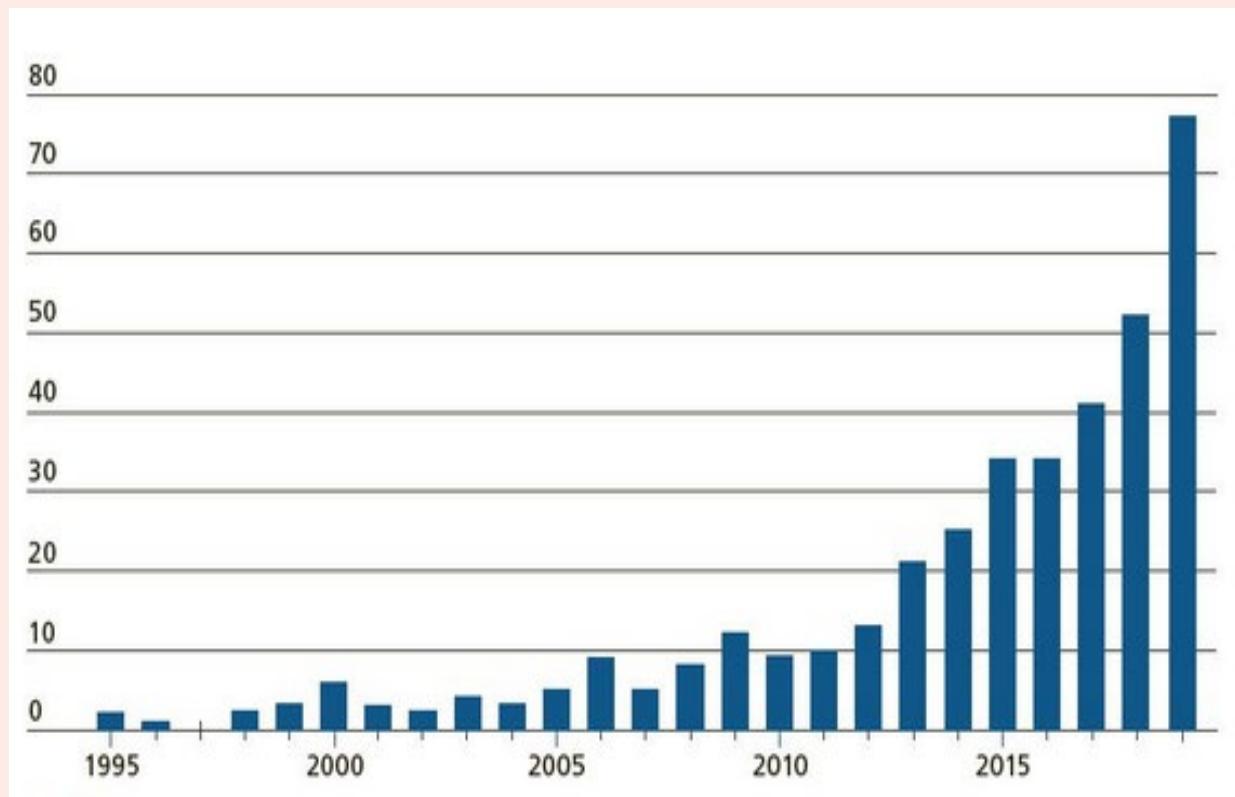
## Razvoj populacije vukova u Švicarskoj.



Broj primjećenih vukova



# Razvoj populacije vukova u Švicarskoj.



Broj primjećenih vukova

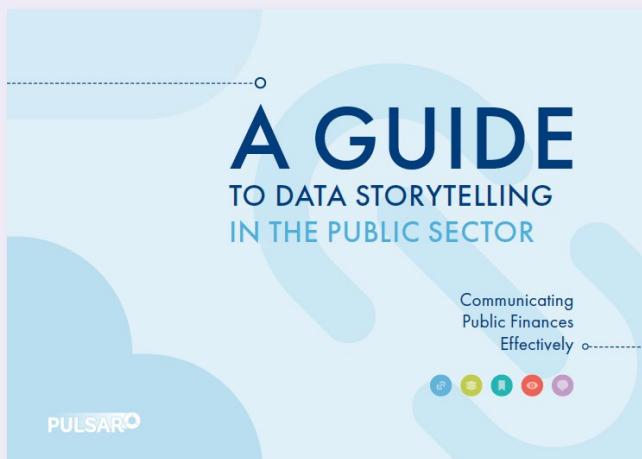


Isti podaci, druga priča.



Kako pripremiti, sažeti i prenijeti  
kvantitativne informacije na način da ih  
moj sugovornik razumije?

Iznošenje podataka kroz priču =  
financijsko stručno znanje + umijeće pripovijedanja



## TABLE OF CONTENTS

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| From Reporting to Communicating      | 6  |
| Elements of a Data-Driven Story      | 12 |
| THE DATA                             | 14 |
| THE NARRATIVE                        | 24 |
| THE LANGUAGE                         | 34 |
| THE VISUALIZATION                    | 44 |
| Putting It All Together              | 54 |
| Ethical Aspects of Data Storytelling | 62 |



# Sastojci priča u kojima se iznose podaci:

PODACI

NARATIV (PRIČA)

JEZIK

VIZUALIZACIJA

Okvir daje smjernice o tome kako na najučinkovitiji način povezati sve elemente podatkovnih priča.

## THE PUBLIC SECTOR DATA STORYTELLING FRAMEWORK

○  
**Conceptualize**

1  
**THE MOTIVATION**  
establish the "why"

2  
**KEY MESSAGE**  
boil down findings  
to one sentence

3  
**TARGET GROUP**  
identify the audience

4  
**THE TONE**  
determine  
the mood

5  
**MEANS OF  
COMMUNICATION**  
consider mode  
of communication

○  
**Set The Basis**

6  
**DATA  
SELECTION**  
identify key figures

7  
**STORY  
ARCHITECTURE**  
choose structure  
of narrative

○  
**Choose Medium**

8  
**WORKING WITH  
TEXT**  
write down and  
iterate

9  
**WORKING WITH  
VISUALIZATIONS**  
select type of  
visual

# Hvala vam!

Autorski tim:

Antonia Ida Grafl [antonia.grafl@zhaw.ch](mailto:antonia.grafl@zhaw.ch)  
Christoph Schuler [christoph.schuler@zhaw.ch](mailto:christoph.schuler@zhaw.ch)

Grafički prijelom:

Pavlina Delcheva [p.delcheva@gmail.com](mailto:p.delcheva@gmail.com)

Voditeljica projekta:

Iwona Warzecha [iwarzecha@worldbank.org](mailto:iwarzecha@worldbank.org)

