***Тема* 3. Життєвий цикл даних. Техніки оброблення даних**

***Мета:*** сформувати навички визначення життєвого циклу даних як забезпечення результативного управління даними та їхнього збереження, вміти визначати мету, предмет, контекст, стейкхолдерів заходу, що передбачає оброблення даних, користуватися інструментами збору та аналізу даних у випадку офлайн- та онлайн-консультацій.

*План*

1. Життєвий цикл даних як забезпечення результативного управління даними та їхнього збереження (детальний аналіз версії, адаптованої до специфіки публічних консультацій в інформаційній діяльності).

2. Техніки оброблення даних: фільтрування; інтегрування; трансформування; узагальнення.

***Основні поняття:*** життєвий цикл даних, публічні консультації в інформаційній діяльності, техніки оброблення даних, фільтрування, інтегрування, трансформування, узагальнення

**📚 Методичні рекомендації та поради**

У процесі підготовки самостійної роботи студентам необхідно взяти до уваги таку інформацію.

Життєвий цикл даних як забезпечення результативного управління даними та їхнього збереження пропонуємо розглядати через детальний аналіз версії, адаптованої до специфіки публічних консультацій в інформаційній діяльності.

«В умовах інформаційної війни та повномасштабного вторгнення росії в Україну питання доступу до даних набуло статусу національної безпеки (зокрема, кібератаки на основні державні реєстри та портали для перешкоджання роботи, публікації фейкових звернень, викрадення даних тощо) та, разом із тим, механізму ефективної співпраці держави та громадян (наприклад, краудсорсинг у форматах роботи чат-ботів, опитувань через гуглформу тощо)» [5, с. 229].

Серед найефективніших платформ, що використовують відкриті дані, варто згадати «Канцелярську сотню», «яка розробляє успішні проєкти у сфері прозорості та протидії корупції, використовуючи відкриті дані і NLP» [7]. Наприклад, для відновлення документів В. Януковича та С. Курченка, що було знищено руками або пропущено через шредер та перемішано, було запущено процес відсканування шматочків документів волонтерами із застосуванням технології Computer Vision. Із відкриттям Міністерством юстиції реєстру нерухомості у січні 2015 року запрацював проєкт «Гарна хата», що «дало можливість відправляти запит із адресою і за невеликі гроші (17 грн) отримувати інформацію, хто має право власності на це житло…спочатку за допомогою краудсорсингу дослідили найбільш елітні адреси Києва – закриті вулички, новітні будівлі в історичній зоні, найдорожчі мікрорайони. Заплатили кошти, зібрали виписки з цих адрес, потім обробили ці дані, перевели їх у машиночитний формат… видалили особисті дані та виклали цей датасет у вільний доступ на сайт проєкту» [7]. Масове оцифрування декларацій українських чиновників, що розпочалося у зв’язку із необхідністю перевірки декларацій, яку мав робити ДФС, у процесі люстраційної перевірки (зокрема, у 2014 році Громадський люстраційний комітет оприлюднив паперові декларації), сформував у проєкті потужний датасет, адже надійшло більше 3 тис. декларацій у PDF з різних джерел, різних за параметрами, з некоректними назвами, а в результаті був створений сайт declarations.com.ua, де організували повноцінний пошук за даними з декларацій. «Ми замінили Google-форму для волонтерів на більш зручний інструмент – платформу для краудсорсингу під назвою “Вулик”, яку розробили самостійно. Вона включала в себе більш зручну форму з безліччю перевірок, підказок, корекцій, автозаповненням. Таким чином, за 2 роки ми розшифрували вручну більше 20 000 декларацій за допомогою 3 тис. волонтерів та 2 редакторів…Так було зібрано перший в Україні відкритий машиночитний датасет з інформацією про доходи та статки чиновників», – зазначає Д. Чаплинський, волонтер «Канцелярської сотні» [7]. Безперечно, ці дані стали незамінним інформаційним джерелом для журналістів-розслідувачів.

У контексті залучення громадськості та збору великих даних, високоякісних та актуальних, щодо концепції впровадженої політики, нового законопроєкту, упровадження нової послуги чи розробки проєкту значну роль відіграють **публічні консультації** як «формальний циклічний процес, ініційований урядом, у межах якого проінформовані громадяни беруть участь у змістовних дискусіях з метою впливу на політику уряду щодо питань, які їх (стейкхолдерів) стосуються» [1]. Зокрема, **складники консультацій можна розглядати як дані, а саме**: поставлені запитання; надані учасниками відповіді; характеристики консультацій, наприклад, дата, час та місце проведення заходу або кількість учасників офлайн та онлайн-консультацій; інформація про учасників, зокрема імʼя, вік, стать тощо.



Рис. 13. Матриця публічних консультацій. Джерело: [1]

«Використання підходу, орієнтованого на дані, допоможе отримати великі обсяги даних (у різних форматах і з різних джерел) та систематично проаналізувати їх, щоб одержати корисні знання. Він упроваджений у цикл публічних консультацій таким чином, що дозволяє перейти від простого збору необроблених даних від громадян до отримання цінної інформації з їхніх відповідей та генерування дієвих знань, корисних для розробників політики» [1] (див. Рис. 14). Серед **ключових показників для оцінювання успішності таких консультацій** автори посібника «Публічні консультації: крок за кроком» пропонують такі: 1) *Представленість учасників консультацій* (залучення усіх груп стейкхолдерів, з різними інтересами й поглядами, що забезпечить мобілізацію та вислуховування всіх, що особливо важливо для онлайн-консультацій, де потрібно використати додаткові ресурси для залучення людей з обмеженим доступом до інтернету й електронних пристроїв чи тих, хто менше ними користується (наприклад, людей старшого віку). Такі ознаки як місце проживання, вік, стать, культурна належність, наявність професійних або експертних знань допоможуть оцінити, наскільки учасники консультацій представляють цільову аудиторію. Хоч варто пам’ятати, що неможливо досягти повної репрезентативності населення. 2) *Якість наданої учасникам інформації*. (Попереднє інформування стейкхолдерів забезпечує їхню змістовну участь. Чітку, актуальну та повну інформацію про політику та про те, як долучитися до консультацій, потрібно надавати в різних форматах зрозумілою учасникам мовою. 3) *Актуальність внеску учасників* (варто спонукати учасників до конкретики: запитання, поставлені під час консультацій, є настільки ж важливими, як і попередня інформація, надана учасникам для підготовки. Запитання, які передбачають чіткі пропозиції та рекомендації, дають більше користі при ухваленні рішень, ніж запитання, які ведуть до розмитих відповідей). 4) *Якість отриманих даних та їхній аналіз* (здатність чітко зафіксувати, звести дані та проаналізувати обговорення визначатиме користь публічних консультацій для формування політики. Без даних неможливо зрозуміти, що непокоїть громадян, а також зробити висновки, потрібні для ухвалення рішень) [1]. А уряд Канади користується підходом так званого *«відкритого діалогу»*, що передбачає в контексті якісної взаємодії з громадськістю дотримання прозорості, актуальності, інклюзивності, підзвітності та адаптивності.



Рис. 14. Публічні консультації, орієнтовані на дані. Джерело: [1]

У матеріалі «Публічні консультації та краудсорсингові проєкти як актуальний спосіб комунікації та співпраці через опрацювання великих даних» [5] ми розглядаємо приклади ефективних публічних консультацій. Зокрема, у грудні 2021 року Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення ухвалила рішення провести публічні консультації з громадськими та галузевими організаціями для обговорення проєкту Порядку проведення перевірки ділової репутації покупця (потенційного покупця) засобу масової інформації (Порядок), що розробляється на виконання Закону України «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов’язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)» [6]. У 2017 році громадська організація «Центр UA» (співзасновники «ЧЕСНО», Реанімаційного пакету реформ) провела 160 публічних консультацій у 63 містах України [2]. Зокрема, у Полтавській області, за свідченнями А. Гончаренко, координаторки ГО «Центр UA» в Полтавській області, перша в місті публічна консультація була покликана унеможливити непрозорий збір батьківських внесків на потреби полтавських шкіл та дитячих садочків, дійти згоди щодо формату розвитку Прирічкового парку, розробити механізми захисту об’єктів історичної спадщини міста від рук недоброчесних орендарів чи власників.

У вересні 2022 року у Дрогобичі тривали публічні консультації та збір громадських думок щодо питання демонтажу «Вічного вогню» як символу тоталітарного комуністичного режиму та подальшого благоустрою даної території: фізичні особи, представники громадських та політичних об’єднань надсилали електронні листи, письмові пропозиції або ж коментарі на сервісі електронних консультацій, що лягли в основу обговорення робочою групою [4].

У продовження ще більш актуалізованого в умовах війни обговорення концепту декомунізації та дерусифікації в громадах, варто згадати, наприклад, як після консультацій у червні 2022 року, наданих О. Пустовгаром, регіональним представником Українського інституту національної пам’яті, заступником директора Путивльського державного історико-культурного заповідника в Сумській області, де є «Парк радянського періоду», та спеціалістами з охорони культурної спадщини, гадяцька громада дійшла спільної думки по закінченню війни створити на базі Гадяцького історико-краєзнавчого музею експозицію під відкритим небом «Територія терору», де будуть зібрані зразки монументальної пропаганди радянського тоталітарного режиму [3]. Міські ради також активно залучають містян до участі в публічних консультаціях щодо перейменування вулиць.

Отже, «опрацювання та аналіз великих даних у різних форматах, отриманих у результаті співпраці держави та громадян – публічних консультацій, проєктних форм для одержання корисних знань – контекстуалізованої інформації на основі категоризованих даних має стати в умовах війни механізмом постійної комунікації, що сприяє залученості стейкхолдерів до просування та реалізації нової політики» [5, с. 232].

Тож для прототипування опрацювання та аналізу даних у рамках певної публічної консультації варто слідувати алгоритму **7 етапів циклу публічних консультацій** (за посібником «Публічні консультації: крок за кроком»):

1. **Визначити цілі** з урахуванням *предмета* й *контексту* проведення консультацій, стейкхолдерів та показників успішності. Для цього варто розробити план заходу із зазначенням ключових етапів, із визначенням ролі та обов’язків кожного члена команди у конкретних часових та бюджетних межах.

Обов’язково слід осмислити контекст проведення консультацій. Почато варто із ознайомлення з текстом концепції політики заходу, аналізу поточного стану речей та прогностичного впливу нової концепції на цільову авдиторію, обставини (на цьому етапі варто отримати цінні відомості від експертного середовища).

І тоді можна говорити про формулювання мети проведення консультацій з перспективою обрання вибору їх формату, залучених стейкхолдерів. «Наприклад, консультації можуть проводити, щоб отримати експертні думки про технічні зміни до політики, або вони можуть мати набагато ширшу мету — наприклад, залучення загалу для збору ідей удосконалення державної установи.

Консультації можуть відбуватися на початкових етапах процесу формування політики, як у цьому сценарії, або пізніше – щоб зрозуміти занепокоєння громадян щодо нової політики» [1]. Загалом, у рисунку 13 окреслено простір цільових прицілів консультацій – *інформування* громадськості (напр., День відкритих дверей, комунікації через соціальні мережі тощо); *консультування* (напр., робота фокус-груп, опитування тощо); *залучення* (залучити громадськість до обговорення у рамках, наприклад, семінарів для вразування всіх їх вимог і скарг); *співпраця* (напр., у форматі онлайн-форумів, дорадчих громадських рад); *надання повноважень* (голосування, форуми тощо).

Очікувані наслідки консультацій, наприклад, для державної політики: поширення результатів консультацій, використання отриманої інформації для визначення політики або прийняти нормативно-правового акту чи документа державної політики (див. Рис. 15).



Рис. 15. Контекст консультацій. Джерело: [1]

**Увага!** За посиланням у посібнику «Публічні консультації: крок за кроком» можна знайти **шаблон для формулювання контексту консультацій** за обраною вами темою для заповнення: https://drive.google.com/file/d/1ACDLQNNq5re-8DEQUJ0ORaG0hyNsOKeN/view

**2. Розробити консультацію,** зокремавсі складники проведення консультаційної події, визначити **стейкхолдерів** (всі люди та організації, що зазнають прямого або опосередкованого впливу політики чи рішення, ті, хто мають можливості впливати на рішення (як позитивно, так і негативно), а також ті, хто просто зацікавлені у відповідному питанні; «консультації з охорони морського середовища не зацікавлять тих самих людей, що й консультації з реформування початкової освіти. Деякі теми стосуватимуться суспільства загалом, тоді як інші можуть стосуватися лише окремих груп» [1]), обрати формати консультацій, зібрати інформацію для надання учасникам (їх кількість може бути абсолютно різною), підготувати стратегію збору даних та розробити детальний план дій, у якому визначені ролі та обов'язки кожного члена вашої команди.

**«Стейкхолдерів (**хто може мати вплив на рішення? хто має експертні знання з цієї теми? хто має зацікавленість у цій темі? хто може не погоджуватися з цим рішенням? І т. д.) **розділяємо на 4 основні типи**:

**експерти** – спеціалісти, які мають багато досвіду та знань із теми консультацій;

**залучені та поінформовані** – громадяни, на яких безпосередньо впливає предмет консультацій, які добре обізнані з контекстом і зробили персональний внесок у результати консультацій;

**незалучені, але зазнають впливу** – громадяни, на яких вплинуть результати консультацій, але які не обізнані з питанням та зазвичай не долучаються до консультацій;

**впливові особи та лідери думок** – громадяни, які можуть впливати на суспільну думку щодо процесу консультацій та його результати (преса, спілки, політична опозиція, громадські активісти) (див. Рис. 16).

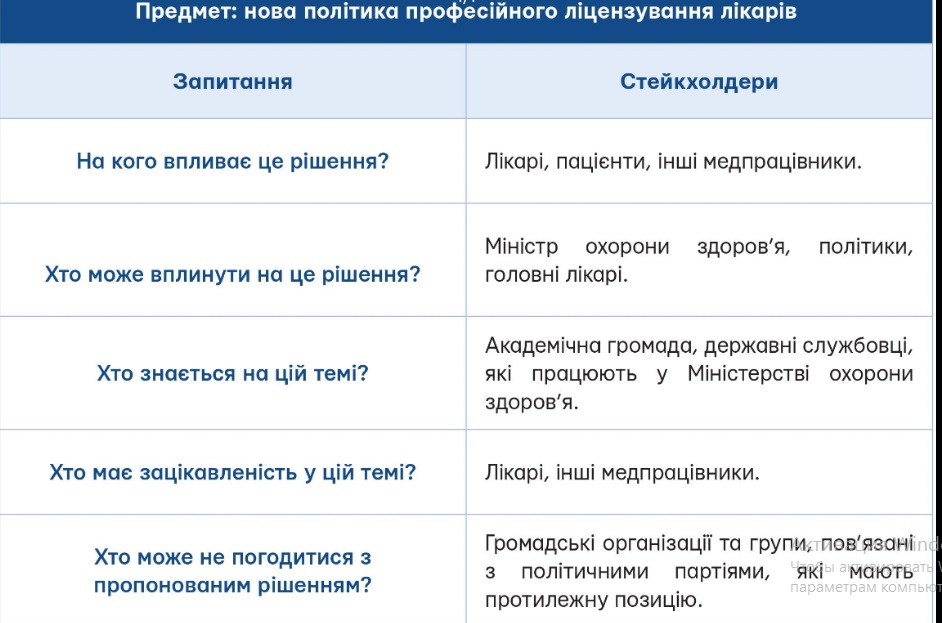


Рис. 16. Визначення стейкхолдерів відповідно до предмета. Джерело: [1]

**Увага!** За посиланням у посібнику «Публічні консультації: крок за кроком» можна знайти шаблон для визначення стейкхолдерів, їх цілей, мотивації, впливовості відповідно до предмета консультацій за обраною вами темою для заповнення: https://drive.google.com/file/d/14TCvyM2XhJ9Jq3OsQwV8rt-9r5JJWbko/view

«Публічні консультації можна проводити як онлайн, так і офлайн. Обидва типи пропонують різні формати консультацій. Наприклад, можна організувати невеликий офлайн-воркшоп або зібрати сотні громадян на зустріч громади, можна провести онлайн-форум або розробити просте опитування. Це різноманіття форматів дає можливість адаптувати публічну консультацію до типу взаємодії, якої організатори сподіваються досягти, врахувавши особливості та потреби стейкхолдерів. Кожен тип консультацій охоплює іншу аудиторію, передбачає певний спосіб зібрання даних та має різні виклики й переваги. Успішні публічні консультації часто поєднують офлайн- і онлайн-заходи, щоб охопити більшу аудиторію» [1].

**Поширені формати онлайн-консультацій** [1] :форми для коментарів (призначені для зауважень та рекомендацій стейкхолдерів), опитування (використовують для збору детальної інформації з одного або кількох питань, переважно в них поєднані відкриті та закриті запитання,), дискусійні форуми (зазвичай відкриті платформи, доступ до яких надають на певний період часу, де учасники можуть викласти та обговорити свої думки, ідеї та історії щодо різних тем), системи голосування (ефективний метод для ранжування та визначення пріоритетності ідей чи коментарів), вебінари (презентація або воркшоп, що транслюється через інтернет із використанням відео-конференції).

**Поширені формати офлайн-консультацій** [1]:особисті інтерв’ю, круглі столи, фокус-групи, семінари, групові обговорення («світове кафе»: аудиторія ділиться на невеликі групи, кожна група обговорює одне конкретне питання протягом 15–20 хвилин, потім переходить до наступного столу, за яким обговорюють інше питання; за кожним столом «модератор столу» збирає та групує думки від кожної групи, а потім повідомляє їх усім учасникам), таунхол-зустрічі (зустрічі громади з певних географічних місцевостей для обговорення питань, актуальних саме для неї), громадські слухання (громадяни, організації та експерти представляють свої думки й рекомендації стосовно предмета консультацій у письмовому або усному вигляді)

Наступний крок: постановка питань. Якість та чіткість кожного запитання буде визначати, які дані отримає в результаті організатор. Існує багато різних **типів запитань**: запитання, що передбачають відповідь «так/ні», відкриті запитання, запитання, де потрібно обрати одну із запропонованих відповідей.

Для проведення онлайн-консультацій створені **численні інструменти автоматичного збору та аналізу даних**. У випадку офлайн-консультацій, коли дані збирають вручну, для використання цих засобів потрібно спочатку **ввести дані в машиночитаний формат, наприклад, електронні таблиці. Одним із способів для цього є використання шаблонів,** які створюють стандартизовану систему для збору даних та забезпечують учасникам або тим, хто веде записи, можливість вводити дані самостійно у відповідні поля (зокрема ім’я, стать, відповіді на запитання). Такі шаблони можна використовувати безпосередньо у комп'ютерному та паперовому форматі за умови, що дані, зібрані на папері, потім транскрибуєте у такі самі стандартизовані електронні таблиці.

План дій, часові межі, ресурси, відповідальні особи – основні елементи публічних консультацій, що потребують детального опрацювання (див. Рис. 17).



Рис. 17. Основні елементи консультацій. Джерело: [1]

**Увага!** За посиланням у посібнику «Публічні консультації: крок за кроком» можна знайти шаблон для підготовки плану дій консультацій за обраною вами темою для заповнення: https://drive.google.com/file/d/1\_zV2Bn\_CrMwIyglcDpRBKgbK1pGL7zZP/view

https://drive.google.com/file/d/1058mf2\_kx2JVg1bnuUntsMqRe2IPp-iC/view

**3. Розробити комунікаційний план: прокомунікувати і залучити** (рис. 18) з урахуванням цільової авдиторії, яка реагуватиме на різні комунікаційні інструменти та стратегії по-різному, хоч має певні спільні ознаки: демографічні (наприклад, жінки віком 50 років та старші); географічні (наприклад, мешканці Запоріжжя); професійні (наприклад, лікарі, медійники, юристи, народні депутати); рівень експертних знань (наприклад, громадські організації, експерти, широкий загал) та багато інших. За посиланням приклад: https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/shabloni-ta-instrumenti/pidgotuite-komunikaciinii-plan



Рис. 18. Комунікаційний план консультацій. Джерело: [1]

**Комунікаційні інструменти з урахуванням протоколів брендингу (уніфікація використання логотипів, кольорів тощо)**[1]:

* вебсайт міністерства, інформаційний бюлетень або розсилка;
* співпраця зі ЗМІ (пресрелізи, пресконференції, інтерв'ю, медіа-тури тощо);
* публікації в соцмережах, месенджерах та іншому (фейсбук, твітер, інстаґрам, ютуб, телеґрам, воцап тощо);
* друковані матеріали (листівки, брошури, плакати, банери тощо);
* реклама в газетах, журналах, розсилках, на телебаченні, радіо, в інтернеті тощо;
* автоматичні дзвінки чи SMS;
* рекламні ролики, інфографіка або публічні виступи.

Актуальну ключову інформацію про тему консультацій треба звести в **короткий офіційний консультаційний документ**. Наприклад, Консультаційний документ до проєкту Стратегії розвитку системи охорони здоров’я до 2030 року: https://inrespublica.org.ua/aktyvna-hromada/konsultatsijnyj-dokument-do-proyektu-strategiyi-rozvytku-systemy-ohorony-zdorov-ya-do-2030-roku.html

**Увага!** За посиланням у посібнику «Публічні консультації: крок за кроком» можна знайти шаблон для підготовки комунікаційного плану консультацій за обраною вами темою для заповнення:

https://drive.google.com/file/d/1GAl3JEi2zalVQimZ08mlTpX1znYzwyri/view

**4. Провести консультації та зібрати відповіді**

Підготовка приміщення, технічного забезпечення (мікрофони, динаміки, проєктор, екран, wi-fi), підтримка ІТ-спеціаліста або звукотехніка, підготовка матеріалів, зокрема: список для реєстрації стейкхолдерів; анкети для учасників;

шаблони для тих, хто буде вести записи; програми події; будь-які інформаційні чи рекламні матеріали, які підготовлені на попередніх етапах, або інші матеріали, які слід мати у друкованому вигляді.

Організація онлайн-реєстрації, роботи з реєстраційним листком, забезпечення присутності кваліфікованого модератора

Приклад програми заходу у Додатку Б.

Зібрані відповіді можуть поставати у вигляді **якісних даних**, як-от неструктурований текст або аудіо (детальніше – у таблиці 1). «Хоча вони є корисними для розуміння уподобань, думок чи цінностей, тлумачити їх досить складно. Робота з якісними даними може стати ще складнішою у випадку офлайн-консультацій, на яких багато учасників можуть говорити одночасно. Запис та структурування таких форматів потребують значного часу та досвіду. Чим послідовнішими будуть шаблони для запису інформації, тим простіше буде отримати структуровані та якісні дані для аналізу» [1].

Для заняття ефективним буде використання шаблонів:

**Список учасників:** https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/shabloni-ta-instrumenti/skladit-spisok-uchasnikiv-kozhnogo-zakhodu

(шаблон визначає, яку інформацію треба зафіксувати про кожного присутнього на заході; поля (ім'я, вік, стать, електронна адреса) можна адаптувати та розширити відповідно до потреб та контексту консультацій);

**Нотатки обговорення:** https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/shabloni-ta-instrumenti/vikoristaite-shablon-dlya-vedennya-zapisiv-pid-chas-grupovikh-diskusii (можна записувати окремі думки або формування групового консенсусу, або навіть розбіжності чи важливі цитати; іноді не оминають увагою й фізичні дії, як-от «вдарив рукою об стіл», щоб передати емоції під час розмови);

**Опитувальники:** https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/shabloni-ta-instrumenti/pidgotuite-prostii-opituvalnik-dlya-uchasnikiv-vashogo-zakhodu (для збору відповідей учасників).

**5. Проаналізувати отримані дані**

**Життєвий цикл даних** забезпечує результативне управління даними та їхнє збереження. Існує кілька варіантів цього процесу. Зокрема, розглянемо версію, адаптовану до специфіки публічних консультацій, репрезентовану у посібнику «Публічні консультації: крок за кроком».

**Основні фази**: планування, збір, оброблення, аналіз та поширення даних (Рис. 19).



Рис. 19. Життєвий цикл даних. Джерело: [1]

**Види даних у контексті публічних консультацій**

|  |  |
| --- | --- |
| **Визначення** | **Приклад** |
| **➡️ Кількісні дані** відображають величину, обсяг або діапазон у числовому вимірі. | Кількість учасників консультацій, їхній вік, кількість зібраних вами коментарів тощо. |
| **➡️ Якісні дані** відображають властивості об'єктів. Вони часто є неструктурованими та представленими у вигляді тексту, їх неможливо подати в числовому вимірі. | Текст зібраних вами коментарів, нотатки, зроблені вашими аналітиками для узагальнення обговорень, імена учасників тощо. |
| **➡️ Метадані** — це дані, що надають інформацію про інші дані. Вони можуть бути як якісні, так і кількісні. | Дата та час заходу, місто, де його провели, джерело деяких даних (опитування або офлайн-захід) тощо. |

Табл. 2. Види даних у контексті публічних консультацій. Джерело: [1]

«Першим кроком в аналізі публічних консультацій є **транскрибування здобутих даних** (написані від руки нотатки, аудіо-файли, паперові опитувальники та інші дані, зібрані під час консультацій, та сортують у машиночитані дані, які потім можна аналізувати). Аналітики можуть робити це вручну, друкуючи нотатки та вносячи дані до електронних таблиць, або вони можуть використовувати різні транскрибувальні програми.

Транскрибування має відбуватись у вигляді стандартизованого процесу. Це означає, що кожен, хто займається такою діяльністю, має дотримуватись однакових правил, щоб забезпечити точність даних та послідовність розшифрування всіма аналітиками.

Під час офлайн-заходів ви можете отримати різні види даних, наприклад, аудіо-стенограми, інформація про заходи (метадані) та письмові нотатки. Кожне з цих джерел спочатку слід транскрибувати в окремий Excel-аркуш з використанням шаблону. Це забезпечує чітке розмежування при зборі даних і допоможе в їхньому обробленні, якщо хтось виявить помилки під час подальшого аналізу» [1].

Наступний крок: очищення даних, створення резервної копії оригінальних файлів з даними у захищеному місці, перш ніж переходити до подальшого оброблення. **Опрацювання даних** означає здійснення маніпуляцій та змін, а це пов’язано з ризиком втрати якості. Варто закодувати всі якісні дані, наприклад «тематичним кодуванням» – для виявлення та групування основних тем, зафіксованих під час консультації. Цей метод дає змогу проаналізувати якісні дані, послуговуючись простими засобами кількісного аналізу.

Аналіз відповідей на запитання з множинним вибором зазвичай простий: підрахувати, скільки людей вибрали варіанти А чи Б. Однак у випадку неструктурованих відповідей на відкриті запитання потрібно робити **систематичний контент-аналіз**, перш ніж ви зможете відповісти на зазначені запитання (Рис. 20).

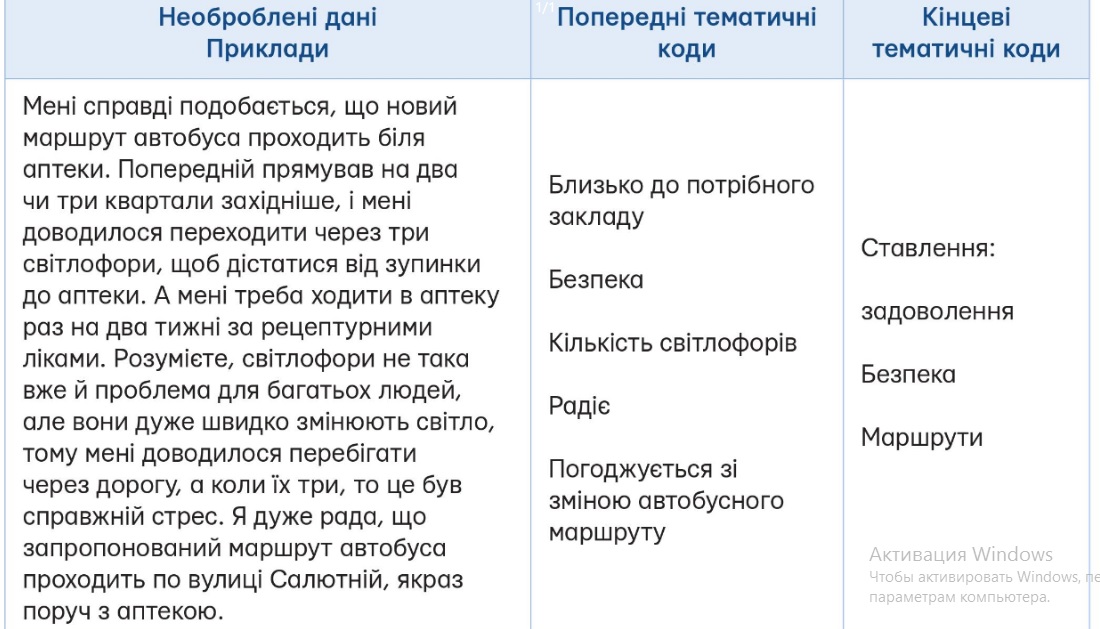


Рис. 20. Приклад аналізу необроблених даних під час проведення консультацій щодо зміни маршруту місцевого автобуса. Джерело: [1]

**Техніки оброблення даних [1]:**

**фільтрування** – перегляд даних на основі різних критеріїв для вилучення найменш релевантних;

**інтегрування** – поєднання різних наборів даних;

**трансформування** – конвертування, реорганізація або переформатування даних без зміни їхнього значення (наприклад, для використання іншого програмного забезпечення);

**узагальнення** – групування даних та підготовка статистики.

**Процес аналізу** передбачає всі дії та методи, які допоможуть описати факти, виявити закономірності, знайти пояснення, визначити подібності та відмінності, зрозуміти зв’язки між змінними та перевірити гіпотези. Для цього можна застосувати статистичний аналіз, візуалізувати зібрані дані або просто розтлумачити отримані результати.

Наприклад, отримані 200 коментарів про зручність нового транспортного маршруту можна було б узагальнити та порівняти різні змінні (Рис. 21).



Рис. 21. Опрацьовані дані коментарів про зручність нового транспортного маршруту. Джерело: [1]

**Увага!** За посиланням у посібнику «Публічні консультації: крок за кроком» можна знайти шаблон для опрацювання даних консультацій за обраною вами темою для заповнення:

https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/shabloni-ta-instrumenti/zakoduite-otrimani-yakisni-dani

**❓***Питання для самоконтролю:*

1. Які основні фази життєвого циклу даних?

2. Назвіть етапи циклу публічних консультацій як механізму постійної комунікації з громадськістю, що базується на отриманні контекстуалізованої інформації на основі категоризованих даних.

3. Назвіть інструменти автоматичного збору та аналізу даних у випадку офлайн- та онлайн-консультацій.

4. Які комунікаційні інструменти з урахуванням протоколів брендингу варто використовувати під час пблічних консультацій?

5. Які види даних у контексті публічних консультацій?

6. Розтлумачте поняття «транскрибування здобутих даних».

7. Назвіть приклад аналізу необроблених даних під час проведення консультацій.

8. Які є техніки оброблення даних?

***Рекомендації до виконання завдань***: насамперед варто переглянути визначену до плану заняття *основну літературу* та *додаткову*. Корисно у процесі підготовки користуватися *онлайн-посібником «Публічні консультації: крок за кроком» за посиланням: https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/*

**✍** *Завдання для самостійної роботи студента:*

1. Опрацювати онлайн-посібник «Публічні консультації: крок за кроком» https://edera.gitbook.io/publ-chn-konsultacz-krok-za-krokom/: розділи «Роль публічних комунікацій», «Нормативно-правова база, що регулює проведення публічних консультацій в Україні», «Публічні консультації: ключові концепції та керівні принципи», «Проведення публічних консультацій. Крок за кроком: Етап 1, 2, 3, 4, 5», заповнивши шаблони, які там пропонуються.

2. Запропонувати ідею публічних консультацій (це не лише урядові ініціативи, а й заходи на кшталт Дня відкритих дверей, перфомансних комунікацій та ін. – це теж публічні консультації), продумати їх формат, збір та опрацювання даних (спробувати реалізувати бодай на 10 респондентах, опитування у соцмережах).

**🕮 *Література:***

***Основна:***

1. Публічні консультації: крок за кроком : посібник. *Edera.* URL: https://edera.gitbook.io/publ-chnkonsultacz-krok-za-krokom/provedennya-publichnikh-konsultacii.-krok-za-krokom/etap-5.-proanalizuite-otrimani-dani (дата звернення: 08.04.2023).

***Додаткова:***

2. Гончаренко А. Впливати на місцеву політику: що таке публічна консультація та як це працює. Зміст. *Зміни створюєш ти*. 21.03.2018. URL: https://zmist.pl.ua/blogs/vplivati-namiscevu-politiku-shcho-take-publichna-konsultaciya-ta-yak-ce-pracyuje (дата звернення: 08.04.2023).

3. Декілька слів про декомунізацію і демонтаж пам’ятників. *Гадяцька міська рада*. 14.06.2022. URL: https://hadiach-rada.gov.ua/news/1655194738/ (дата звернення: 08.04.2023).

4. Завершились громадські обговорення питання демонтажу «Вічного вогню». *Дрогобицька міська рада*. URL: http://surl.li/dmfly (дата звернення: 08.04.2023).

5. Ковпак В. Публічні консультації та краудсорсингові проєкти як актуальний спосіб комунікації та співпраці через опрацювання великих даних. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі :* матеріали ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.) / редкол.: В.Л. Погребна, В.В. Кузьмін, Н.В. Островська, Т.О. Бородулькіна та ін. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. C. 229–233. URL: https://zp.edu.ua/uploads/dept\_s&r/2022/conf/2.1/Materialy\_SiOuSKD-4.pdf (дата звернення: 08.04.2023).

6. Регулятор проведе публічні консультації з громадськістю щодо Порядку проведення перевірки ділової репутації покупця (потенційного покупця) ЗМІ. *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення*. URL: https://www.nrada.gov.ua/regulyator-provede-publichni-konsultatsiyi-z-gromadskistyu-shhodo-poryadku-provedennya-perevirky-dilovoyi-reputatsiyi-pokuptsya-potentsijnogo-pokuptsya-zmi/ (дата звернення: 08.04.2023).

7. Шимкович В. Дмитро Чаплинський – про те, як IT-засоби допомагають боротися з корупцією. *DOU.* 17 травня 2017. URL: https://dou.ua/lenta/interviews/white-collar-hundred/ (дата звернення: 08.04.2023).