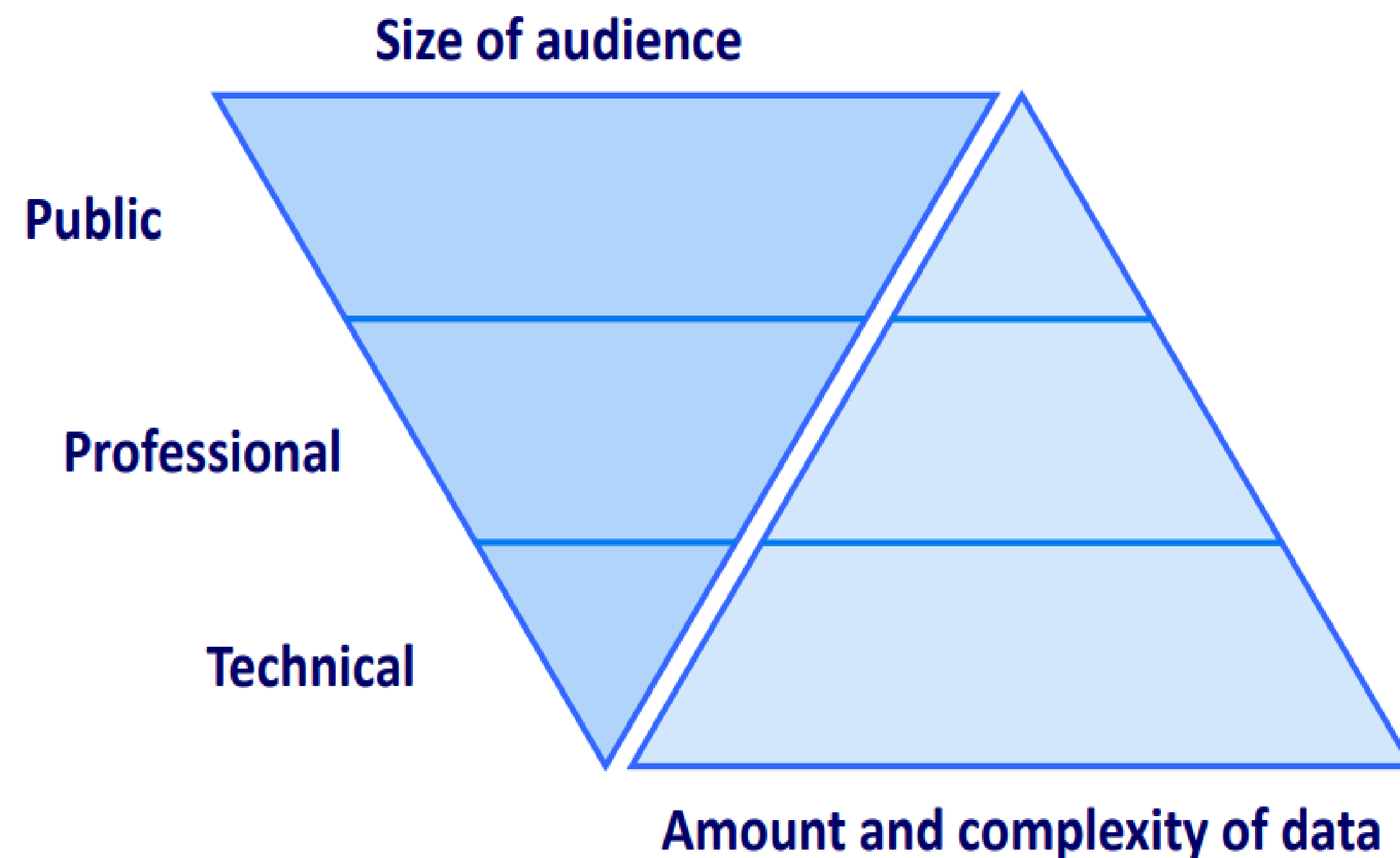


COMMUNICATION OF GENDER STATISTICS

19 March 2021

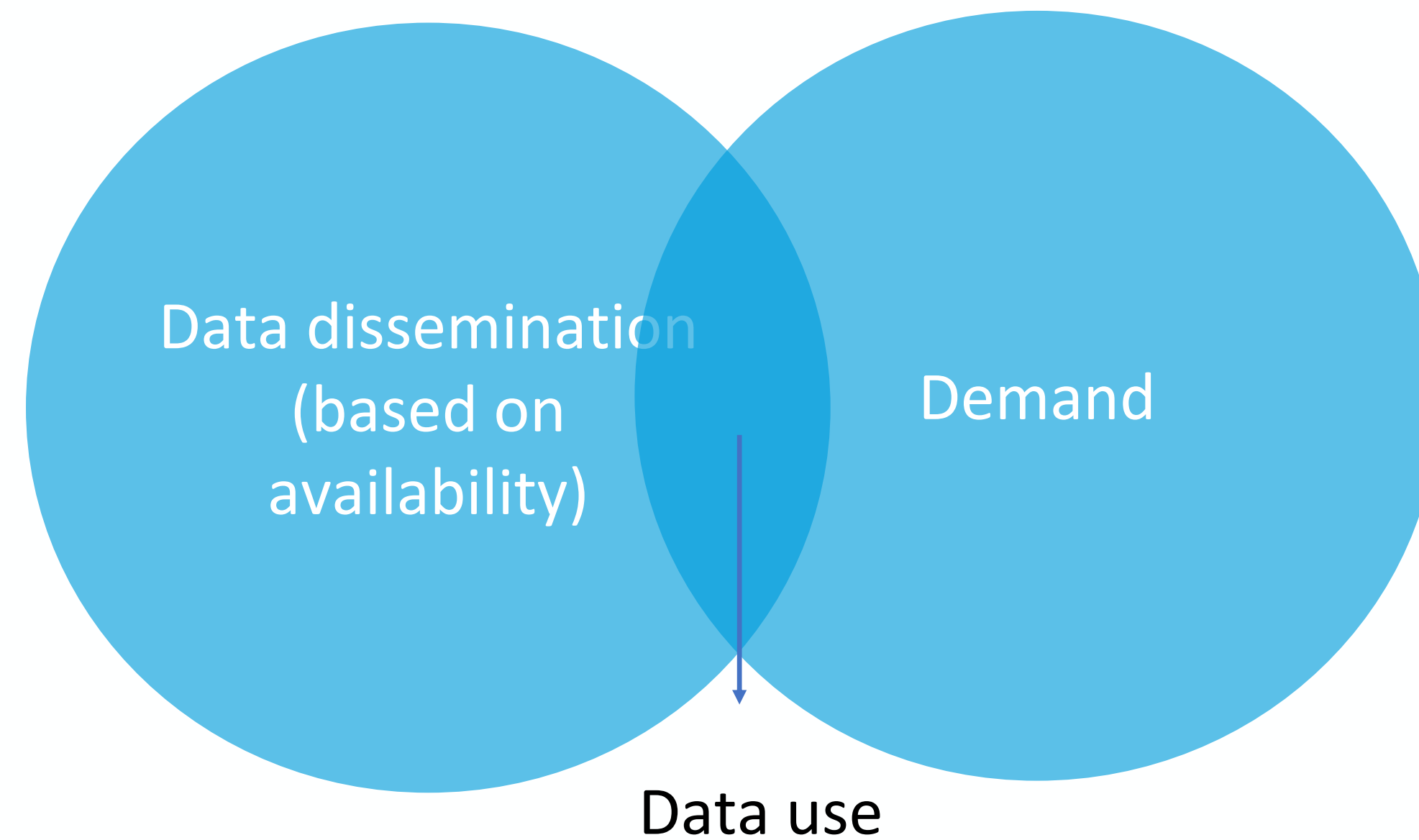
Communication of Gender Statistics as part of modernization of official statistics



- ✓ It is no longer enough just to collect and produce gender statistics
- ✓ NSOs need to: i) understand the needs of the diverse user community, ii) improve dissemination, iii) raise awareness of the value of statistics, iv) actively encourage use of statistics, v) engage in statistical literacy.
- ✓ Moving towards user-centered design

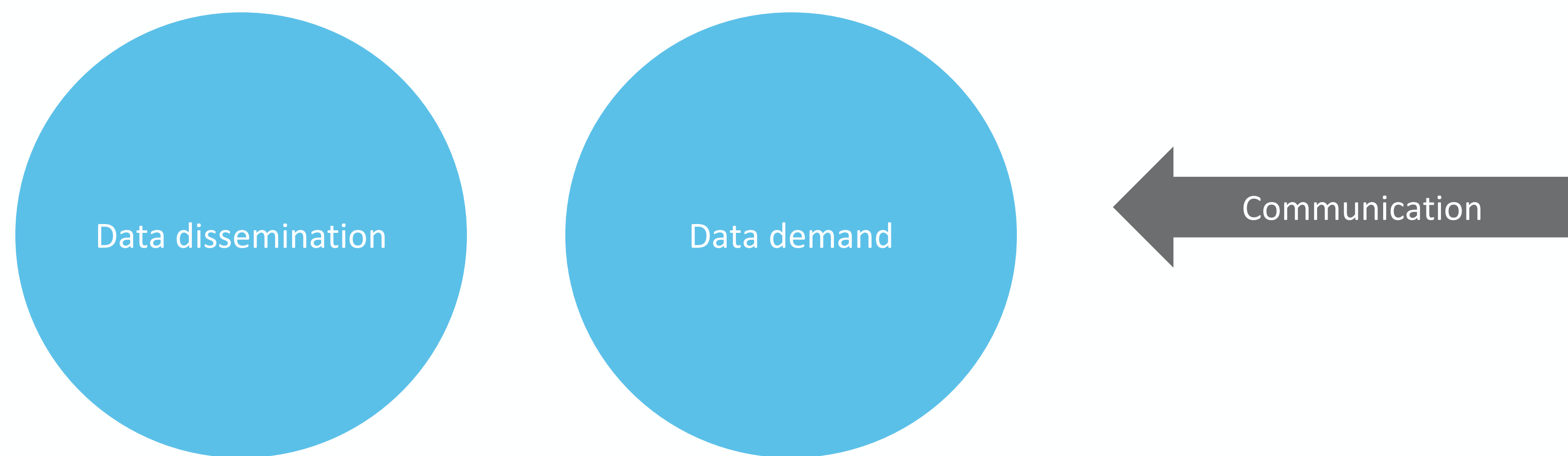
COMMUNICATING GENDER DATA

- Data dissemination is different from data communication
- Without data communication, there is little data use and large amounts of data waste

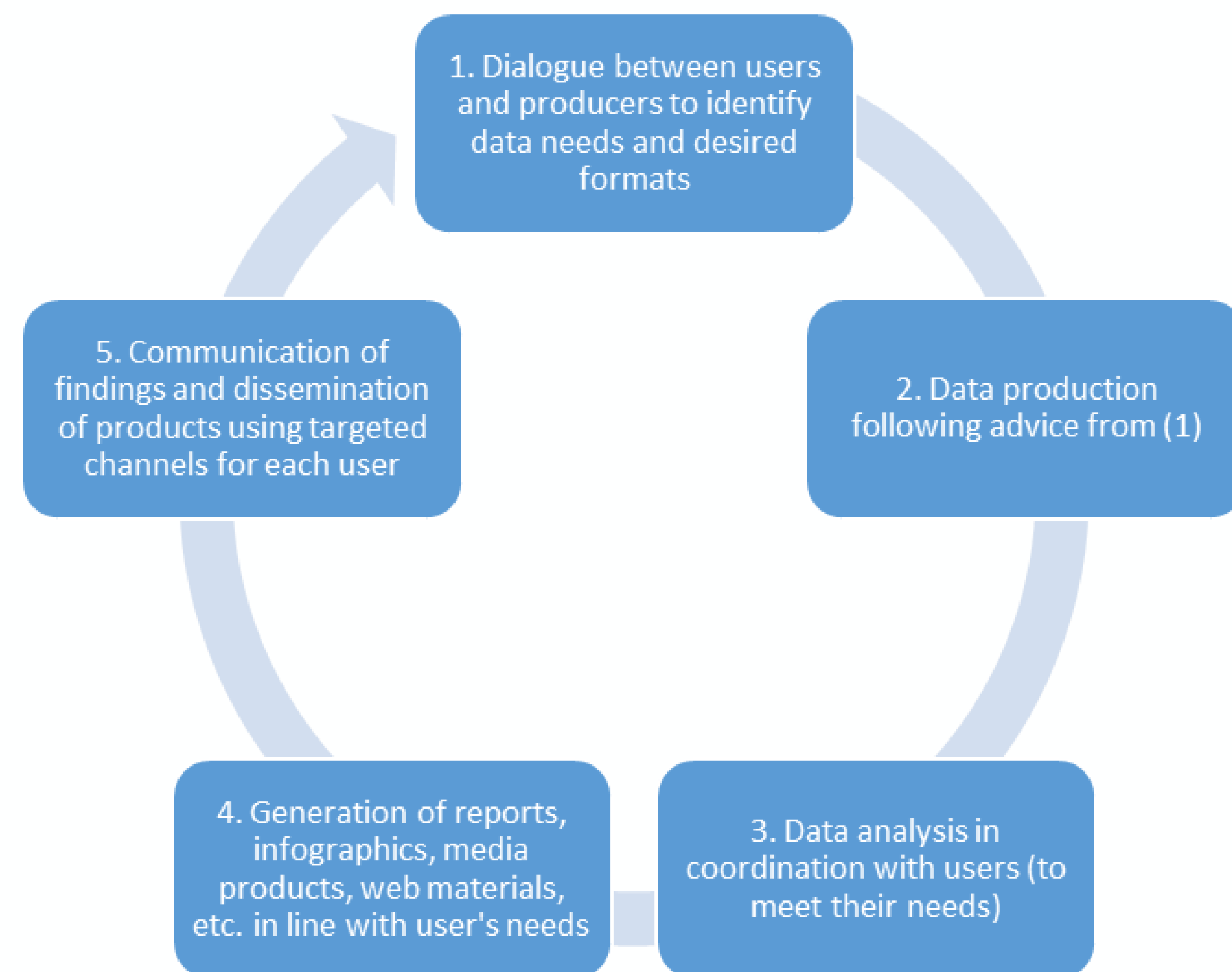


COMMUNICATING GENDER DATA

Communication strategies help align data production with data needs/use, and thus reduce data waste



THE COMMUNICATION CYCLE CAN BETTER ALIGN DATA NEEDS AND AVAILABILITY



COMMUNICATING GENDER DATA: BUILDING A COMMUNICATION STRATEGY FOR GENDER

Communication between data users and producers in two stages:

Stage 1: Pre-data production

- Exchange of thought and ideas
- Discuss data needs and availability
- Data users should express their data needs and level of skills
- Discuss preferred data formats and communication channels
- Data producers should share data-producing capacity and constraints

Stage 2: Post-data production

- Data producers should communicate the data
- Data should be communicated considering users' level of expertise
- Share information about sources of data, how to access, interpret and use them

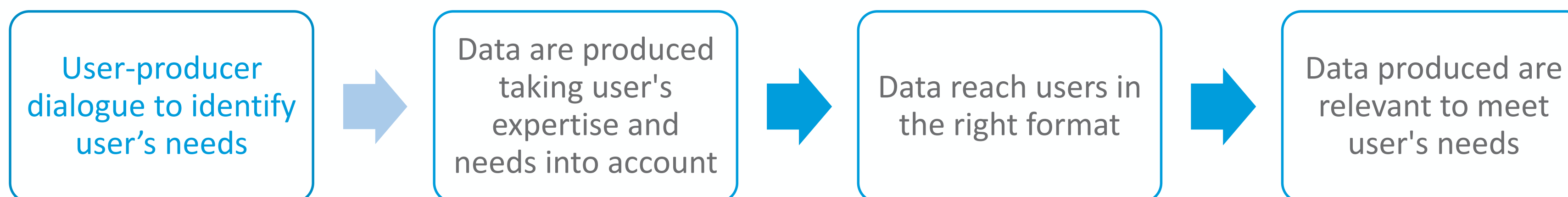
COMMUNICATING GENDER DATA: BUILDING A COMMUNICATION STRATEGY FOR GENDER

Communication between data users and producers in two stages

Stage 1: Pre-data production

- Exchange of thought and ideas
- Discuss data needs and availability
- Data users should express their data needs and level of skills
- Discuss preferred data formats and communication channels
- Data producers should share data-producing capacity and constraints

Users should be at the centre of the data production and communication process

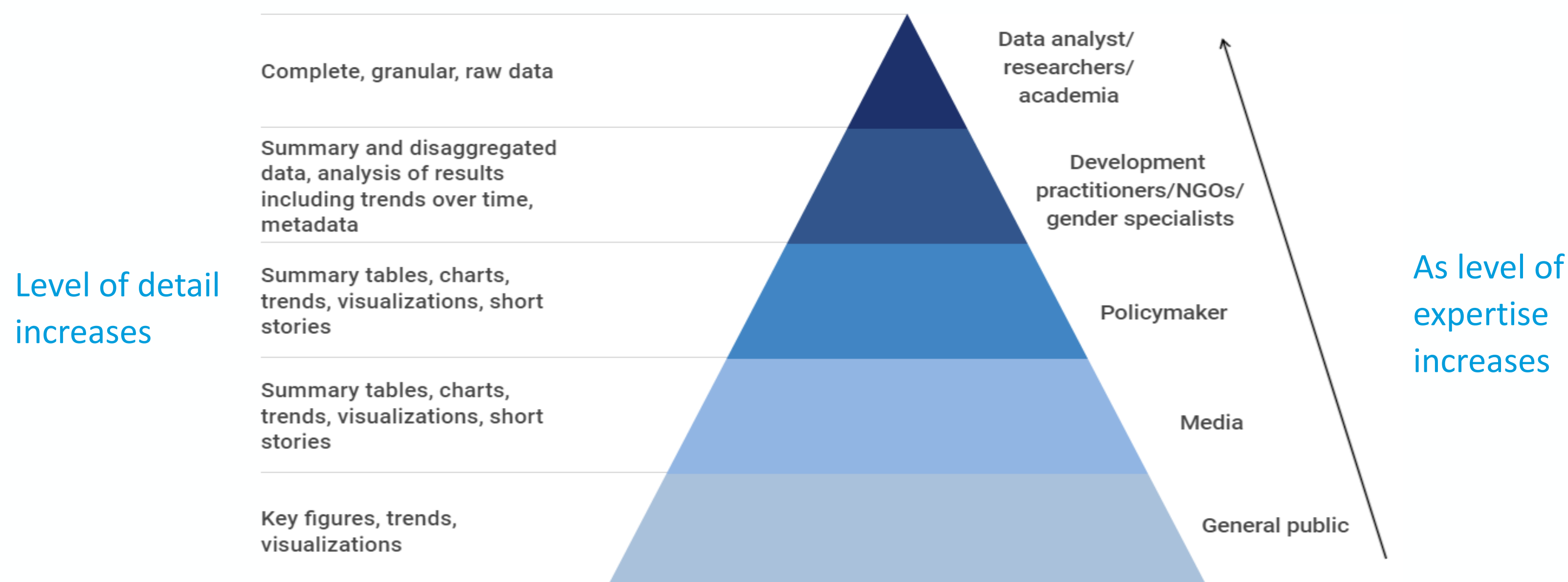


COMMUNICATING GENDER DATA: HOW CAN DATA PRODUCERS COMMUNICATE GENDER

Communication between data users and producers in two stages

Stage 2: Post-data production

- Data producers should communicate the data
- Data should be communicated considering users' level of expertise
- Share information about sources of data, how to access it, interpret it and use it



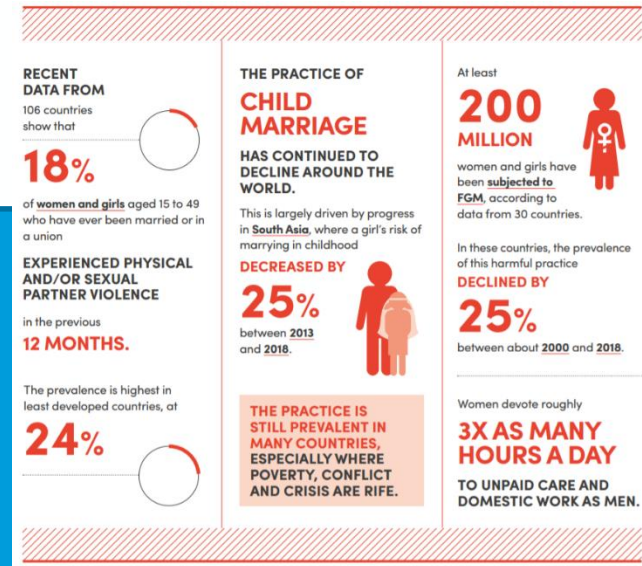
COMMON CHANNELS FOR COMMUNICATING GENDER DATA



Databases and repositories



Reports



Factsheets

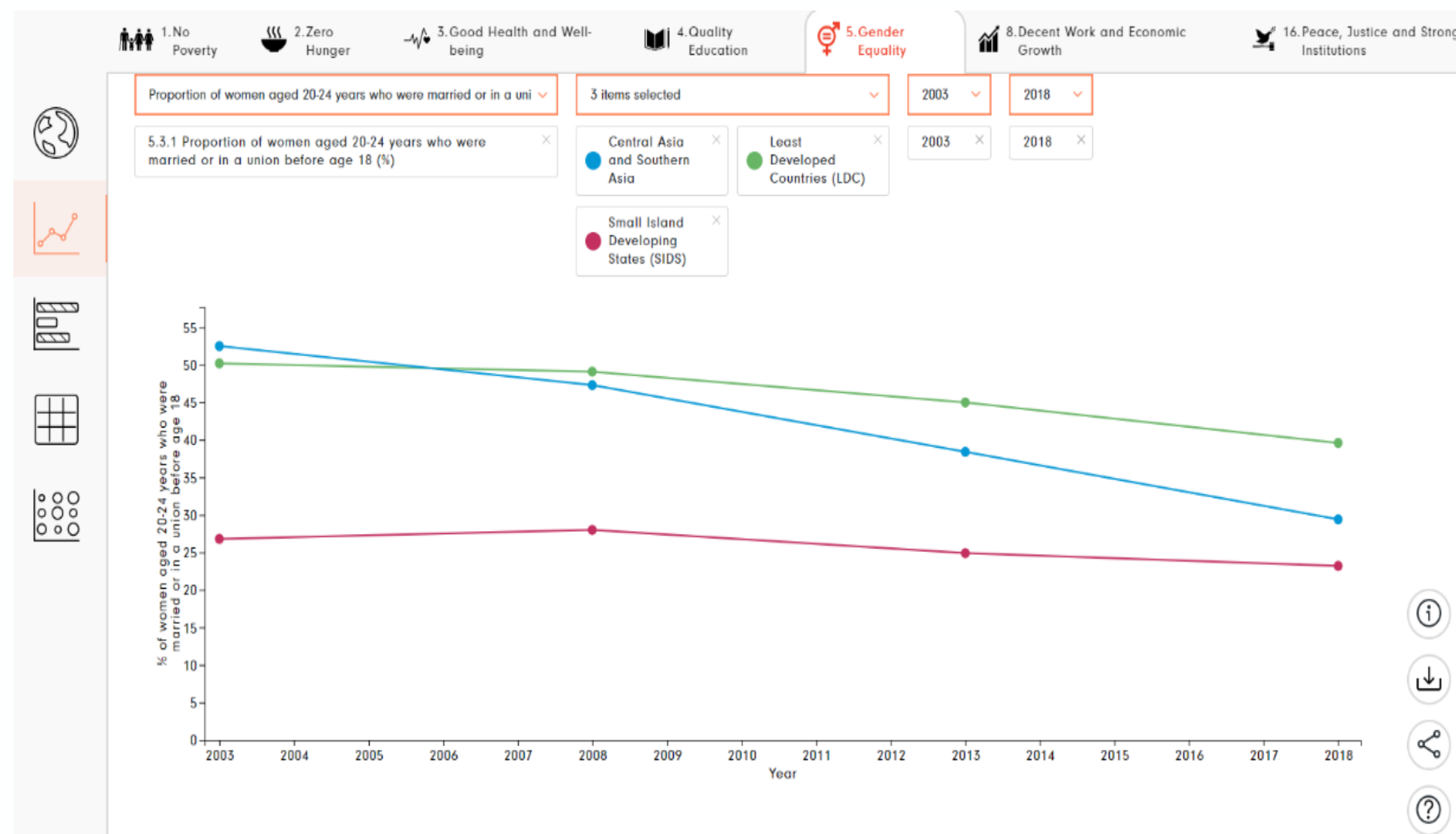


Media

DATABASE, REPOSITORIES AND COMPILATIONS OF DATA

A database is:

- An organized collection of data
- Contains interrelated information
- Information is managed and stored as a unit



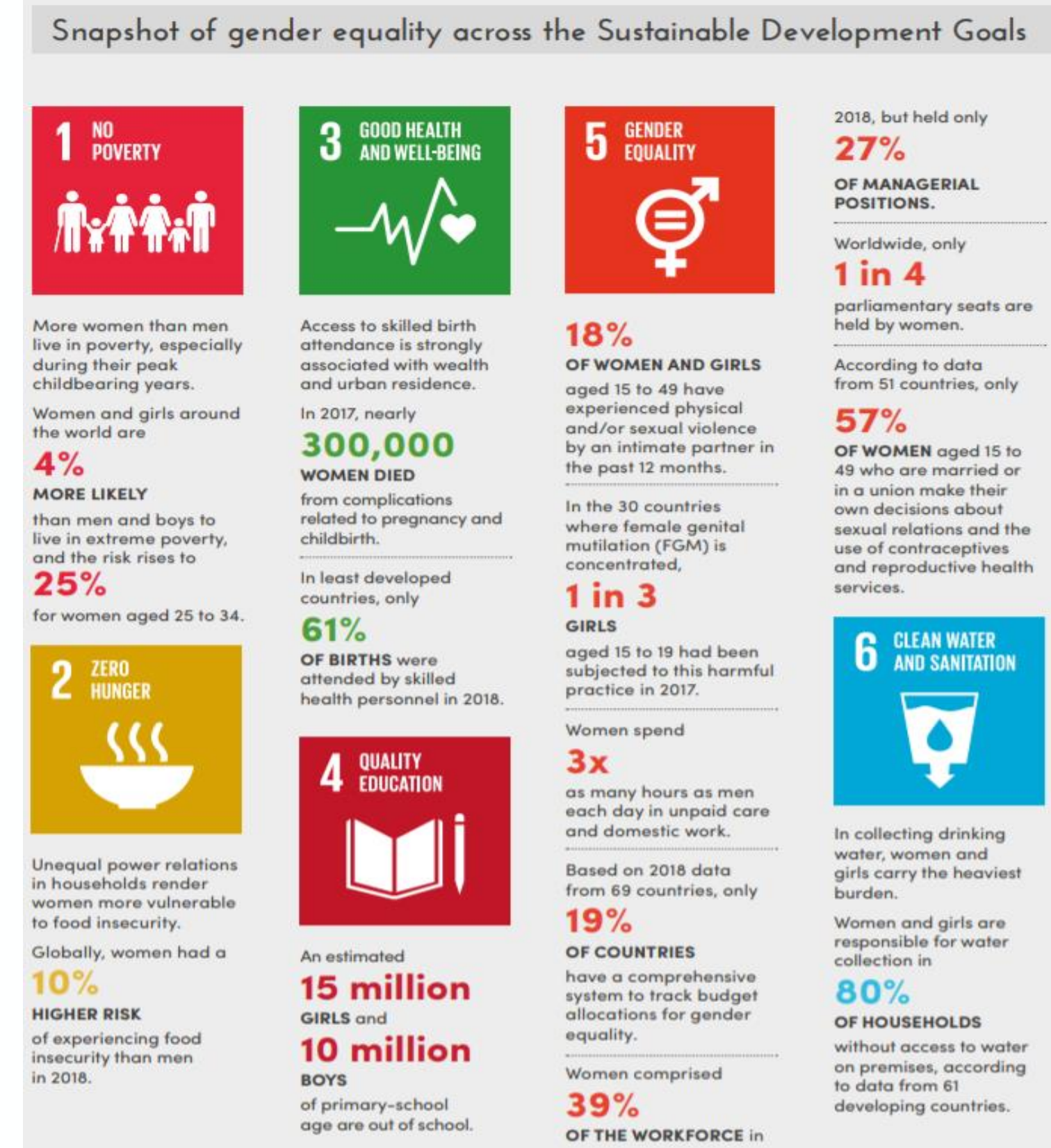
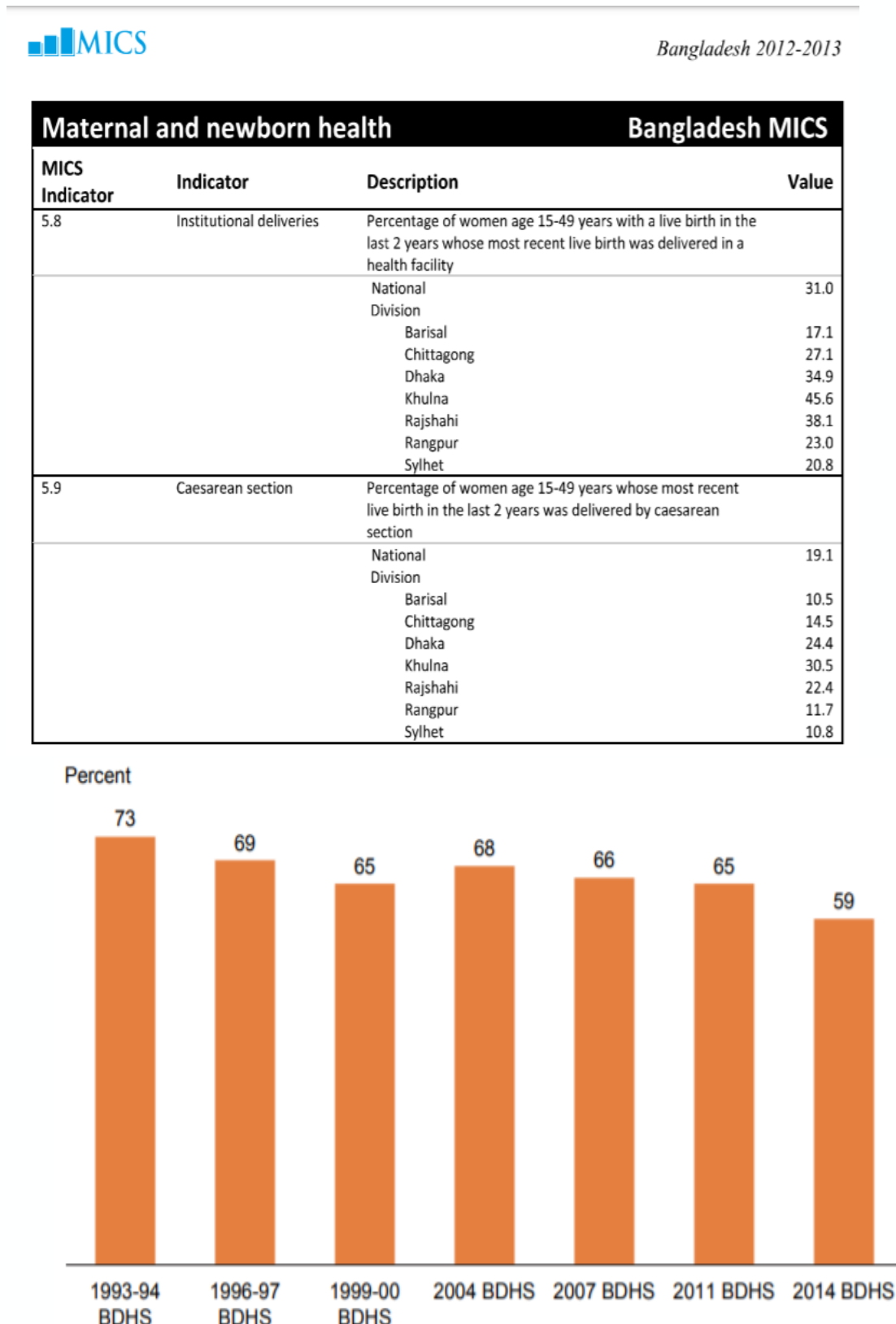
Some examples of databases:

- National SDG database
 - National estimates for SDG monitoring
 - <http://sdg.1212.mn/EN/Home/Goals>
- Global SDG database
 - Internationally comparable estimates for SDG monitoring
 - <https://unstats.un.org/sdgs/indicators/database/>
- Interactive database
 - Allows data manipulation and is more user-friendly
 - <https://data.unwomen.org/>
- Pre-processed micro-database
 - Basic pre-calculations allow for flexible queries of microdata
 - <https://www.statcompiler.com/en/>
- Microdata repositories
 - To access survey or census data
 - <https://mics.unicef.org/surveys>

REPORT/STATISTICAL PUBLICATION

- Organized synthesis of data
- Consists of text, visuals, tables
- Can vary in level of detail, focus, visual elements

- Example: Bangladesh MICS report, 2012–13



DATA VISUALIZATION FOR STATISTICAL REPORTS

Some general recommendations:

- Replace some text with visuals to break the monotony
- Use two different typographies or colours to make it more engaging, but be consistent in the use of these elements.

Text in a box

Text in red to start main section

TARGET 5.2

Eliminate all forms of violence against all women and girls

Violence against women and girls is one of the most pervasive human rights abuses in the world today and takes place in all countries. It occurs in both public and private spaces, and in the majority of cases is perpetrated by someone the victim knows, most often an intimate partner. It can take many forms, including physical, sexual, psychological and economic. Other types of violence such as trafficking—and new manifestations such as cyber-shaming and bullying—are also prevalent across countries. The results are long-term physical, mental and emotional problems and even, in many cases, death. This violence also affects women's communities and families, including their children, and prevents women from fully

participating in society. Social acceptability and widespread impunity for perpetrators are among the main factors contributing to its persistence.

Spotlight on intimate partner violence

1 in 5 women and girls aged 15–49 reported experiencing physical and/or sexual violence by an intimate partner in the previous 12 months

Available comparable data from 87 countries show that 19 per cent of women and girls aged 15–49 have experienced physical and/or sexual violence by an intimate partner in the past 12 months. Oceania (excluding Australia and New Zealand) is the region with the highest 12-month prevalence

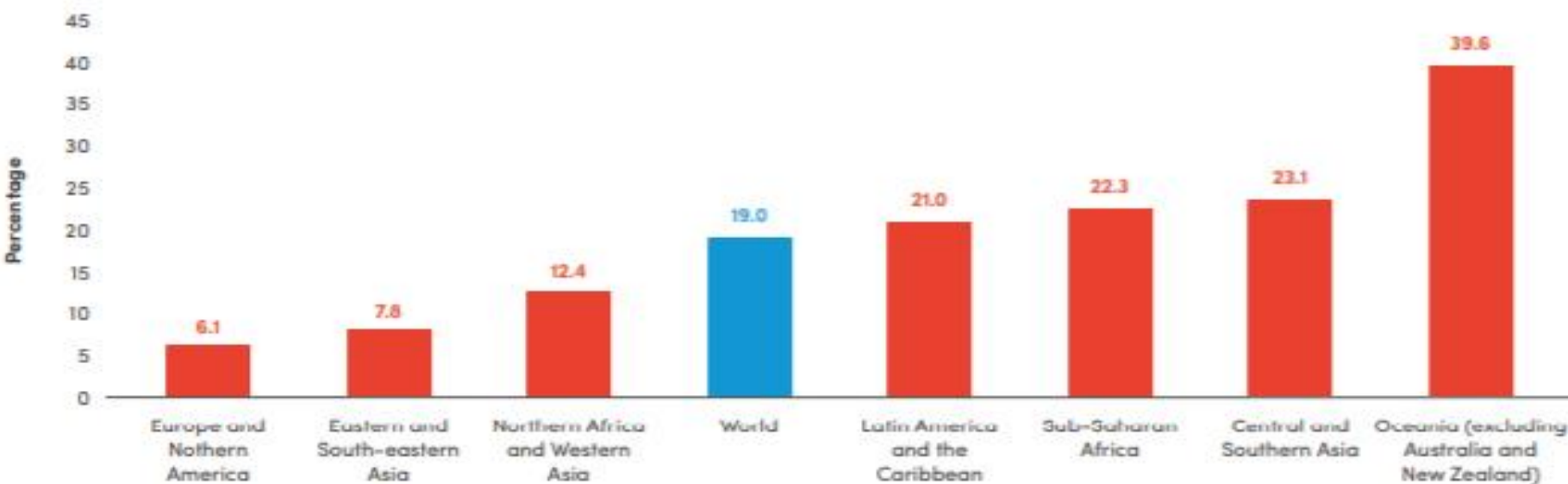
Add dividers to change section

Change in typography

Bar chart makes it engaging

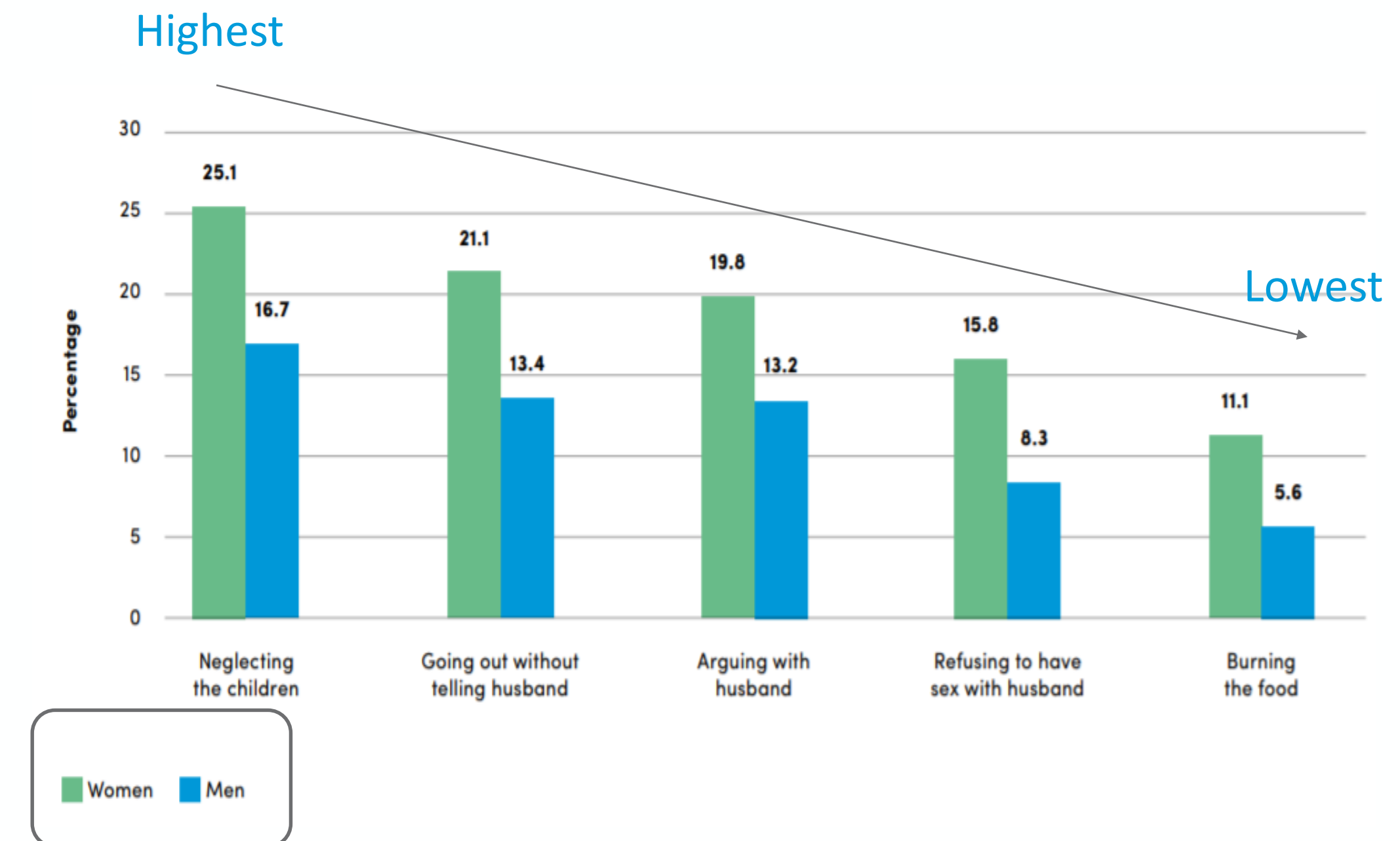
FIGURE 3.8

PROPORTION OF EVER-PARTNERED WOMEN AND GIRLS AGED 15–49 SUBJECTED TO PHYSICAL OR SEXUAL VIOLENCE BY A CURRENT OR FORMER INTIMATE PARTNER IN THE PREVIOUS 12 MONTHS, BY REGION, 2005–2016



USING REPORTS TO COMMUNICATE GENDER DATA EFFECTIVELY

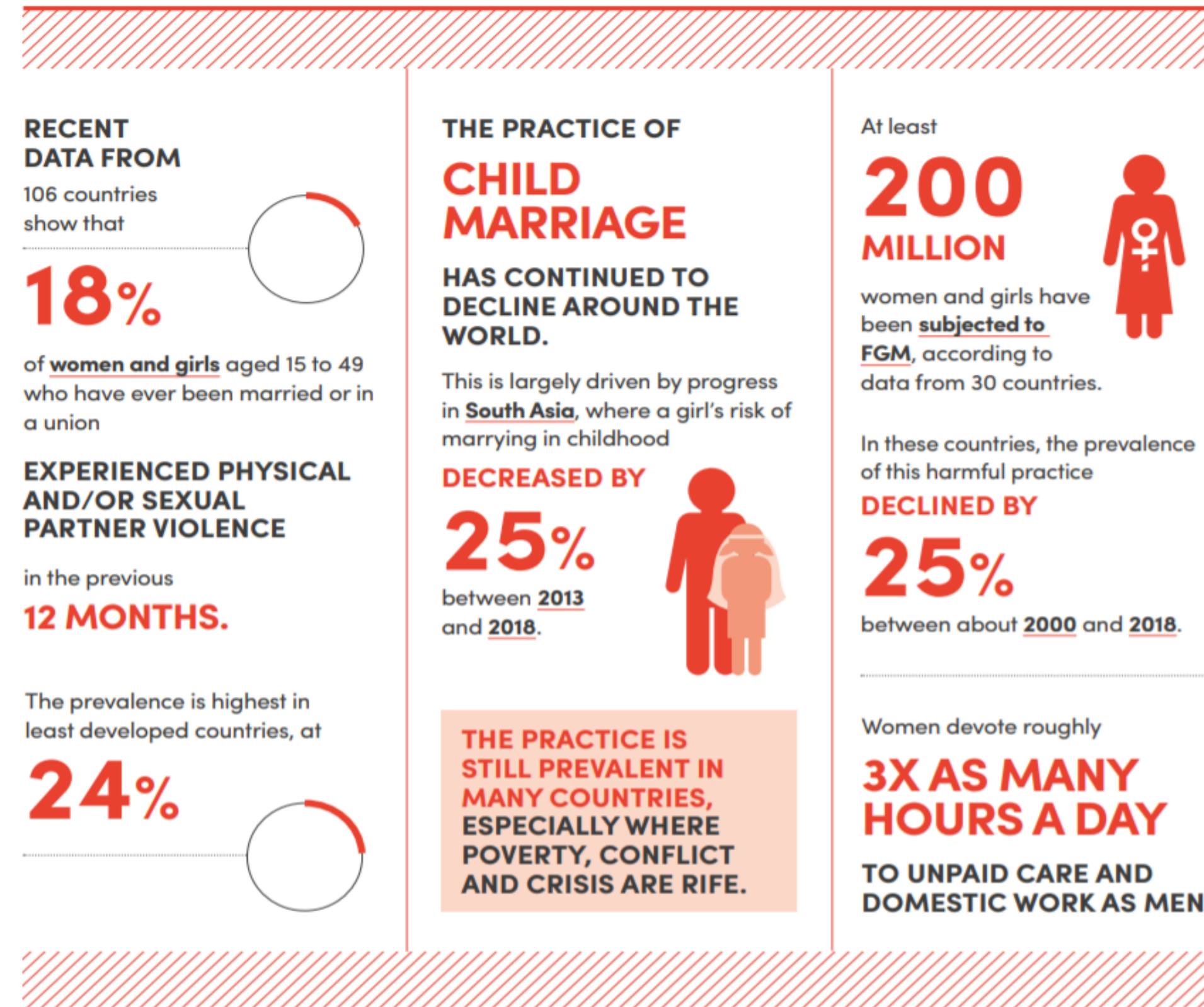
- Tailor the complexity of messages according to your audience
- Focus on topics that are a priority for the target audience
- Utilize gender statistics for non-statistical reports as well
- Always include insights into the gender data used and discuss the caveats of the data
- Always keep a balance between information showcased through graphs and text
- Present women and men side-by-side
- Rank your data



FACTSHEET

Goal 5 factsheet, UN Women 2019

- Stand-alone informational document
- Usually has information on one topic or multiple topics with a common thread (e.g. same country)
- Presents key findings or quick facts
- Concise, visually appealing presentation



COMMUNICATION OF GENDER STATISTIC: KYRGYZ REPUBLIC

Media

WHY?

- Data journalism is lagging the regional and global trends
 - Low capacity and data literacy among local media and journalism schools
 - Limited educational resources in Russian and Kyrgyz language
- and
- Media are not one of target audience of NSO and other data producers

National Statistical Office

WHY?

- Limited data access and openness
 - Limited communication and analytical skills
 - “Technical” metadata
 - Traditional way to disseminate data (publication, pre-defined tables)
- and
- No clear vision and strategy how to approach different user groups

Main Challenges:

- How to choose the best data sources for a gender related topic
- How to analyze and present gender data: need to be put into specific context and describe data limitations
- Getting the right message across the audience with strong attitudes and prejudices about gender issues
- Awareness of gender sensitive language to be used for communication of gender statistics.

MEDIA AND DATA PRODUCERS: KYRGYZ REPUBLIC

4 stories on gender equality issues by combining data with stories of real people:

- [Story + video on unpaid domestic work as a burden on women in Kyrgyzstan](#)
- [Testing knowledge on contraception](#)
- [Scrolly-telling product: Unequal participation of women and men on the labour market](#)
- [Journalism data story on political participation of women:](#)

What next:

- MoU between NSO, School of Data and American University for Central Asia
- Development of training curriculum on gender statistics for media and possible institutionalisation
- Supporting Media Lab to develop gender data products (to be replicated by NSO)

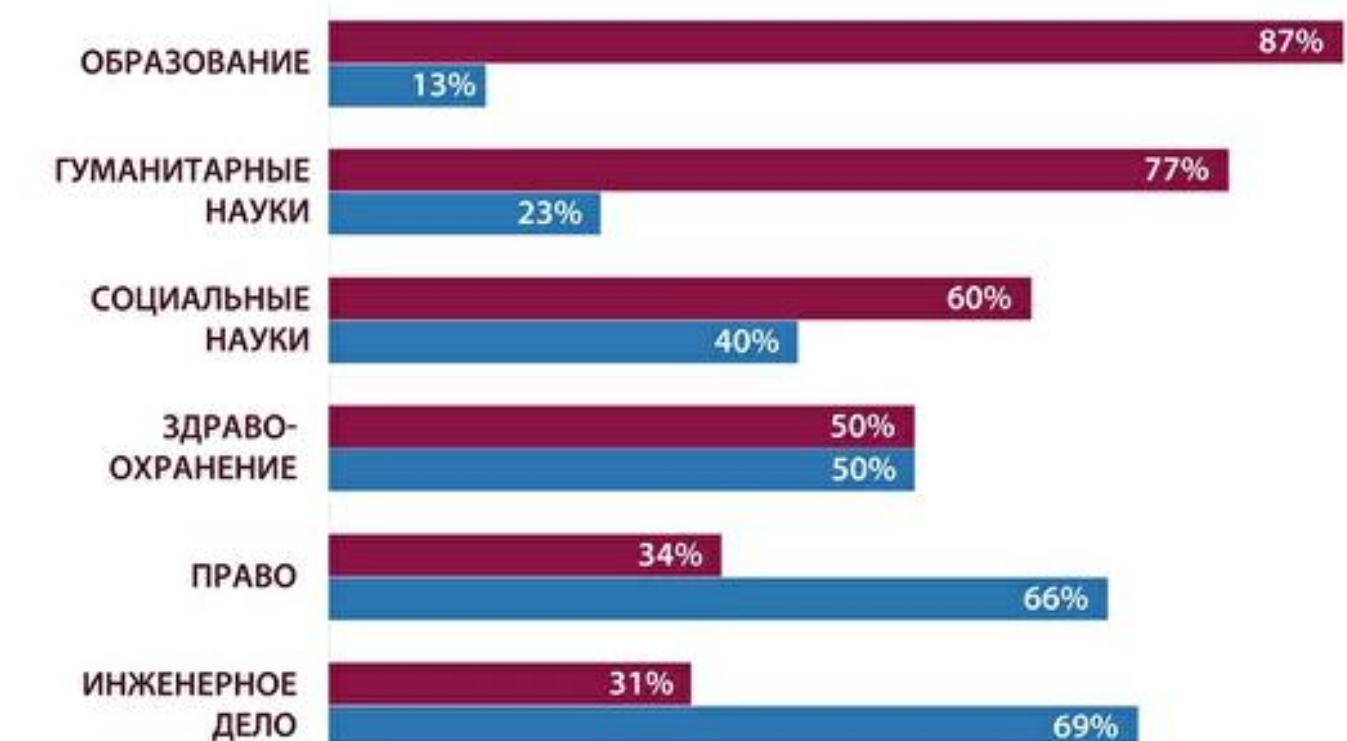
AND:

- Improvement of communication and story telling skills of statisticians (mentoring and coaching)
- Mapping of all dissemination and communication products
- Strategy on communication of gender statistics



ЖЕНЩИНЫ ВЫБИРАЮТ ОБРАЗОВАНИЕ, А МУЖЧИНЫ - ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

В процентах от общего числа студентов ВУЗов по полу в 2017/2018 учебных годах



По данным Национального статистического комитета КР (2018)



COMMUNICATION OF GENDER STATISTICS: KYRGYZ REPUBLIC

Женщины Кыргызстана: цифры и факты

Дата публикации: 05.03.2021

Ежегодно 8 марта в Кыргызской Республике отмечается Международный женский день.

Официальный статус этот праздник приобрёл по решению ООН в 1975 году и с тех пор он отмечается ООН как Международный день борьбы за права женщин и международный мир.

На начало 2021 года численность женщин в республике составила 3,3 миллиона человек. При этом, сохранялось характерное для Кыргызстана превышение численности женщин (50,4%) над численностью мужчин.

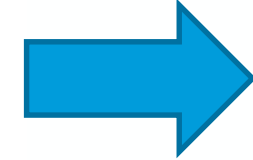
Как и ранее, две трети (64%) женского населения республики являются сельскими жительницами. При этом, каждая пятая женщина проживает в Джалал-Абадской, либо в Ошской областях, а каждая шестая женщина – в г. Бишкек. Между тем, в тех регионах, где высока рождаемость - в Ошской и Джалал-Абадской областях численность мужчин, напротив, превышает численность женщин (а мальчиков, как известно, рождается больше, чем девочек).

В 2019 году уровень занятости женщин в трудоспособном возрасте составил 48%, а средний возраст женщин, занятых в экономике - 39 лет. Каждая шестая женщина, занятая в экономике страны, находилась в возрасте 25-29 лет. Преимущественно «женскими» являются такие виды деятельности, как здравоохранение и социальное обслуживание населения, образование, сфера гостиниц и ресторанов, торговля.

Отношение заработной платы женщин к заработной плате мужчин, в целом по республике, по данным единовременного обследования предприятий и учреждений, проведенного в ноябре 2020 года, составила 75,4 процента. Разница в уровнях заработной платы женщин и мужчин обусловлена структурой отраслевой занятости в гендерном разрезе. Так, в общем числе работников, занятых в учреждениях образования и здравоохранения, преобладают женщины, где заработная плата невелика.

В общей численности занятых, доля женщин, имеющих высшее профессиональное образование, в 2019 году составила 27%, в то время как доля мужчин - 18%, а среди имеющих среднее профессиональное этот показатель составил, соответственно, 17% и 8%.

Молодой возрастной состав населения республики предопределяет высокую частоту заключения браков. В 2020 году в брак вступило около 40 тысяч женщин, из которых около 94 процентов - впервые. Создавать семьи женщины предпочитают в возрасте 18–25 лет.



ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА

В стране работают или ищут работу



Из 100 экономически неактивных женщин

45

ВЕДУТ ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО

В возрасте 25-29 лет работают



Национальный статистический комитет Кыргызской Республики

15 martie la 10:48 ·

Знаете ли Вы что, на начало 2020 года из 120 депутатов Жогорку Кенеша только 20 депутатов, или 17% составляли женщины. Более подробная информация об участии женщин и мужчин в принятии решений доступна по ссылке <http://www.stat.kg/.../sbornik-zhenshiny-i-muzhchiny.../>

Vezi traducerea

УЧАСТИЕ ЖЕНЩИН И МУЖЧИН В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ

На начало 2020 года из 120 депутатов Жогорку Кенеша

20
только
депутатов
составляли
женщины

17%

В органах местного самоуправления из 100 муниципальных служащих только

34
ЖЕНЩИНЫ

В сфере деятельности органов государственного управления



Из них на политических и специальных должностях



THANK YOU FOR YOUR
ATTENTION