

## ЦЕНТРАЛЬНЫЕ БАНКИ: МОНИТОРИНГ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

*Д.А. Плеханов*

*Институт комплексных стратегических исследований  
Москва*

Обзор деятельности ведущих мировых центральных банков в сети интернет позволил выделить основные инструменты коммуникаций с пользователями. Наиболее популярным средством коммуникации среди центральных банков является RSS-подписка (58 из 67 рассмотренных центральных банков), которая предоставляет пользователю возможность оперативно получать информацию об обновлениях на сайте банков. Большинство центральных банков также предоставляют возможность подписаться на рассылку новостей по электронной почте. Достаточно популярным сервисом является предоставление посетителям сайтов центральных банков возможности делиться информацией с другими пользователями социальных сетей (функция «share»). Кроме того, практически все ведущие центральные банки (например, ЕЦБ, ФРС США, Банк Англии) в настоящее время размещают на сайтах видео с выступлениями своих представителей, а в некоторых случаях также аудиофайлы. Мобильные версии сайтов пока развиты достаточно слабо, также как и приложения для смартфонов (пока есть только у ФРС США и Банка Австрии). Самый оригинальный способ коммуникации использует Банк Швеции, создавший чат для общения посетителей сайта с руководством банка.

Наиболее популярной социальной сетью среди центральных банков в настоящее время является twitter. Первый аккаунт был создан Федеральным резервным банком Нью-Йорка в июне 2008 г. Некоторые центральные банки в настоящее время имеют даже несколько аккаунтов. Это связано с тем, что некоторые центральные банки ведут записи в twitter на нескольких языках (например, Банк Японии и Банк Канады), а некоторые как, например ФРБ Далласа, ведут несколько аккаунтов для разных целей (размещение новостей, объявление о вакансиях, предоставление информации для преподавателей) [1]. Лидером по количеству подписчиков является Банк Мексики (более 50 тыс.) [2], а наиболее активным участником социальной сети среди центральных банков — Банк Франции, публикующий в среднем 9,6 твитов в день.

На втором месте по популярности — размещение роликов в YouTube. Этот канал коммуникации используется, прежде всего, для информирования общества о выступлениях представителей центральных банков. Банки ФРС США также зарегистрированы в Facebook и LinkedIn, а европейские центральные банки сравнительно чаще используют социальную сеть Flickr для размещения фотоматериалов (Таблица 1). В то же время, как показывает сравнение с другими центральными банками, Банк России существенно отстает в плане использования современных методов коммуникации с пользователями, в большинстве случаев, ограничиваясь размещением информации на официальном сайте центрального банка в сети интернет. Из новых инструментов коммуникаций с пользователями Банк России пока реализовал только возможность RSS подписки на новостные сообщения, а также размещение видеоматериалов в YouTube.

**Таблица 1.** Центральные банки — лидеры по использованию современных способов интернет-коммуникаций

	Социальные сети*						RSS	E-mail	Видео	Аудио	функция share	Мобил. версия	Чат	Количество баллов
	Twitter	YouTube	Facebook	Flickr	LinkedIn	Прочие								
Банк Англии	•	•		•			•	•	•	•				8
ФРБ Атланты	•	•	•		•		•	•	•					8
ФРБ Далласа	•	•	•		•		•	•		•				8
ФРБ Филадельфии	•	•	•		•		•	•	•					8
Банк Канады	•	•		•			•	•		•				7
Банк Норвегии	•	•		•			•	•		•				7
ФРБ Миннеаполиса	•		•				•	•		•	•			7
ФРБ Сент-Луиса	•	•	•				•	•	•					7
Банк Бельгии	•	•		•			•	•			•			6

Банк Латвии	•	•				•	•	•			•			6
Банк Нигерии	•	•	•					•	•		•			6
Банк Швеции	•	•					•		•		•		•	6
ФРБ Канзас Сити	•	•			•		•	•			•			6
ФРБ Нью-Йорка	•	•					•	•	•		•			6
ФРБ Сан-Франциско	•		•		•	•	•	•						6
ФРБ Чикаго	•	•	•				•	•			•			6
ФРС США	•	•					•	•	•			•		6
Банк Бразилии	•	•					•		•	•				5
Банк Мексики	•	•	•				•	•						5
Банк Финляндии	•						•	•		•		•		5
Банк ЮАР	•	•		•			•		•					5
ЕЦБ	•	•					•	•	•					5
ФРБ Ричмонда	•	•					•	•		•				5
ФРБ Бостона	•						•	•	•	•				5
Банк Австралии	•						•	•		•				4
Банк Дании							•	•		•	•			4
<b>Справочно:</b>														
Банк России		•					•							2

**Примечание:** \* цифры в первом столбце обозначают количество аккаунтов центральных банков в twitter.

Обзор деятельности центральных банков в сети интернет показывает, что использование инструментов социальных сетей для коммуникации с пользователями предоставляет широкие возможности для центральных банков. Во-первых, использование современных способов коммуникаций ускоряет процесс обмена информацией. Это достигается в том числе благодаря тому, что участники социальных сетей самостоятельно обмениваются информацией друг с другом, выделяя наиболее важные, по их мнению, сообщения. Во-вторых, использование социальных сетей позволяет более точно определять целевые группы, которым предназначены те или иные информационные сообщения. Это позволяет упростить процесс коммуникаций как для центрального банка, так и для пользователей. В-третьих, использование социальных сетей позволяет центральным банкам более активно внедрять новые способы подачи информации (например, размещение видеоматериалов). Кроме того, центральные банки получают возможность обучаться искусству коммуникаций в интернете на примере других организаций и компаний, активно использующих социальные сети, а не тратить лишнее время на разработку собственных инструментов интернет-коммуникаций.

В то же время при использовании социальных сетей центральные банки должны учитывать не только те преимущества, которые дает внедрение новых инструментов коммуникаций, но и ограничения такого подхода. Необходимо помнить о том, что формат сообщений в социальных сетях не всегда подходит для размещения официальной информации по вопросам деятельности центральных банков. Так, например, размер сообщений в twitter ограничен 140 символами, что не всегда достаточно для составления подробного информационного сообщения, что оставляет широкий простор для интерпретаций. Негативный опыт использования данной социальной сети есть у банка Франции. В декабре 2011 г. twitter центрального банка привлек внимание общественности благодаря опубликованным в нем резким оценкам управляющего Кристиана Нойера по поводу рейтинговых агентств [3]. Деятельность центральных банков в значительной степени связана с регулированием финансовых рынков, которые очень чувствительны к заявлениям представителей центральных банков. В этой связи использование коротких информационных сообщений может быть не всегда оправданным, особенно если речь идет не просто о публикации статистических данных, а о заявлениях по чувствительным вопросам политики центрального банка.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Carlyle T. Central banks adopting social media at different paces, finds CBJ study // Central Banking Journal 2013. 10 May. URL: <http://www.centralbanking.com/central-banking-journal/feature/2266650/central-banks-adopting-social-media-at-different-paces-finds-cbj-study>.
2. Gutiérrez A. La experiencia del Banco de México en la comunicación en Internet // XV Meeting of Central Bank Communication. Julio de 2012. URL: <http://www.cemla.org/actividades/2012/2012-07-comunicacion/2012-07-comunicacion-05.pdf>.
3. Noyer blasts ratings agencies on Twitter. Central Banking. 2011. 15 Dec. URL: <http://www.centralbanking.com/central-banking/news/2133147/noyer-trashes-rating-agencies-uk-twitter>.