



WWW.CBU.UZ

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

ОБЗОР КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

2022 год

Вступление

В соответствии с Законом Республики Узбекистан «О Центральном Банке Республики Узбекистан», **повышение эффективности проводимых мер по обеспечению стабильности цен, банковской системы и платежных систем и доведение до широкой общественности суть этих мер** является основной целью коммуникационной политики Центрального банка.

В последние годы были приняты меры по совершенствованию коммуникационной политики Центрального банка в рамках реформ по повышению открытости и прозрачности деятельности государственных органов, осуществляемых в республике.

В частности, коренным образом переработан **официальный сайт ЦБ**, запущена система публикации пресс-релизов, комментариев, статистических данных, важных документов, касающихся банковской системы, и других видов информации, охватывающих все сферы деятельности ЦБ.

В **Telegram, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn и других социальных сетях**, популярных среди населения и субъектов предпринимательства, запущены официальные страницы (каналы) Центрального банка, через которые регулярно публикуются основные новости и информация о деятельности Центрального банка.

В рамках работы **по расширению сотрудничества со СМИ, блогерами и другими представителями СМИ** постоянно проводятся пресс-конференции, семинары, тренинги, медиа-туры, медиа-диалоги и другие мероприятия.

В целях обеспечения систематической реализации коммуникационной политики Центрального банка создано отдельное структурное подразделение – **Департамент по связям с общественностью и коммуникационной политике**, принимаются меры по совершенствованию его деятельности.

В данном обзоре дана информация о целевой аудитории коммуникационной политики ЦБ, направленной на повышение ее прозрачности, коммуникационных инструментах и каналах, а также о результатах их анализа и оценки ---эффективности.

I. Целевая аудитория коммуникационной политики Центрального банка

Актуальность вопросов, касающихся деятельности Центрального банка и исходя из уровня экономических знаний, меры коммуникационной политики охватывают следующие **целевые аудитории**:



При этом в состав **участников финансового рынка** входят коммерческие банки, страховые компании, небанковские кредитные организации, финансовые эксперты и др;

представители СМИ – журналисты и блогеры, независимые аналитики и др.;

представители образовательной и научно-исследовательской сферы – научные работники, исследователи, преподаватели, студенты, учащиеся, работающие в образовательных и научно-исследовательских учреждениях;

к **представителям международного сообщества** относятся международные финансовые организации, иностранные Центральные банки и инвесторы, рейтинговые агентства и др.

II. Инструменты коммуникационной политики Центрального банка

Центральный банк при реализации коммуникационной политики использует ряд средств коммуникации для охвата всех сегментов целевой аудитории. В том числе:

пресс-релизы, новости, обзоры и статистика;

доклады председателя и его заместителей;

встречи, семинары, медиа-туры и другие мероприятия;

визуальная информация (видео, инфографика, фоторепортажи и презентации).

Виды и периодичность публикации

Информация, публикуемая Центральным банком



Мероприятия по коммуникации

В 2022 году в рамках коммуникационной политики организовано **21** мероприятие, в том числе 5 пресс-конференций, 3 онлайн-брифинга, 2 семинара-тренинга, 2 медиа-диалога и 2 международных форума, обеспечено распространение информации в режиме реального времени.

В частности, руководящие и ответственные сотрудники Центрального банка приняли участие в **более чем 30** передачах, семинарах, конференциях и круглых столах, представив общественности актуальную информацию о проводимых реформах и трансформационных изменениях в денежно-кредитной и валютной сферах, банковской системе.

Были проведены семинары-тренинги для представителей средств массовой информации, освещающих банковско-финансовую тематику, укреплены знания и навыки **более 40** журналистов и блогеров по макроэкономике, денежно-кредитной политике и другим актуальным вопросам деятельности Центрального банка.

III. Коммуникационные каналы Центрального банка

Расширяются необходимые информационные возможности и каналы коммуникации, направленные на повышение осведомленности общественности о денежно-кредитной политике, влияние на инфляционные ожидания, информирование широкой общественности об изменениях в банковской системе и защиту прав потребителей банковских услуг.

Сегодня в сети интернет наряду с официальным сайтом ЦБ существуют порталы, специализирующиеся в различных направлениях:

www.cbu.uz -официальный сайт Центрального банка;

www.finlit.uz -специальный веб-портал по повышению финансовой грамотности населения;

www.bankxizmatlari.uz -информационный портал, позволяющий физическим лицам принимать рациональные решения по выбору оптимальной и выгодной финансовой услуги при использовании услуг коммерческих банков.

Официальный сайт Центрального банка

Официальный сайт Центрального банка является основным каналом связи коммуникационной политики, а также единой информационной базой, в которой собрана достоверная и полная информация о деятельности Центрального банка, а все публикуемые новости и информация размещаются в первую очередь на сайте.

За 2022 год на сайте Центрального банка размещено **430** сообщений, **14** пресс-релизов, **71** комментариев, **3** отчета и выступления, **более 200** инфографик, **свыше 150** статистических и других данных о деятельности Центрального банка и кредитных организаций.

Вместе с тем на сайте размещаются законы, постановления Президента и другие нормативные правовые акты, касающиеся деятельности банковской системы, формируется база данных нормативно-правовых основ банковской системы.

В 2022 году веб-сайт Центрального банка посетили **более 2,5 миллионов** пользователей, и количество пользователей за последнее 5 лет увеличилось **в 2,3 раза**.



Анализ географии посетителей сайта показал, что в 2022 году **62 процента** от общего числа посетителей (**1 млн.594 тысячи человек**) посетили сайт с территории Узбекистана и **38 процентов** (**973 тысячи человек**) из стран дальнего зарубежья.



В свою очередь, среди посетителей сайта ЦБ наиболее популярна страница **курса валют (55%** от общего числа посещений в 2022 году), следующие места по популярности занимают цены на золотые слитки (**18%**), новости (**12 процентов**), а также статистические данные (**8 процентов**).

Страница и каналы в социальных сетях

Центральный банк активно использует официальные страницы, открытые в самых популярных среди представителей целевой аудитории **социальных сетях и мессенджерах**, для установления тесного контакта с широкой общественностью и обеспечения систематической передачи новостей и информации о деятельности.

В результате общее количество подписчиков официальных страниц ЦБ в социальных сетях за последние 5 лет увеличилось в **4,5 раза**, то есть с **9,8 тыс.** до **44,4 тыс. человек**.



На сегодняшний день среди страниц и каналов ЦБ в социальных сетях **мессенджер Telegram** является каналом коммуникации с наибольшей аудиторией, на долю канала приходится **54%** от общего числа подписчиков ЦБ в социальных сетях.

Количество подписчиков Telegram-канала Центрального банка за последнее 5 лет увеличилось в **3,6 раза** (с 6,7 тыс. до 23,9 тыс. человек), а среднее количество просмотров в день превышает **51 тыс.**

В 2022 году показатели Telegram-канала Центрального банка были сформированы следующим образом:

Показатели канала	2022 год
Количество подписчиков канала	23 609
Количество просмотров	18 703 384
Среднее количество просмотров в день	51 240
Количество репостов	2 233
Количество опубликованных материалов	2 139
Количество цитируемых каналов	705

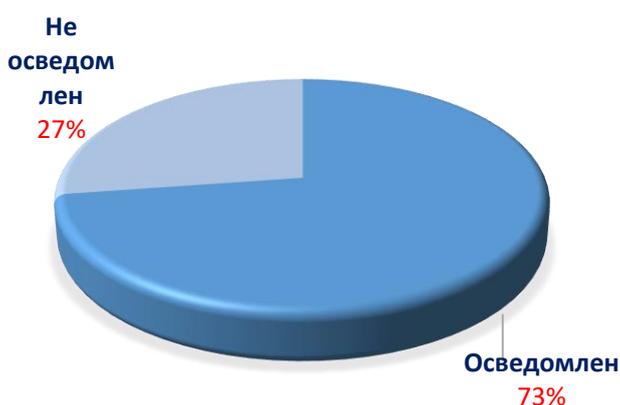
IV. Результаты оценки эффективности коммуникационной политики

Результаты мониторинга

На сегодняшний день департаментом по связям с общественностью и коммуникационной политике Центрального банка ведется мониторинг эффективности коммуникационной политики на основе проведения соответствующих опросов.

В частности, в январе 2023 года более 1300 участников приняли участие в опросе через страницы и каналы в социальных сетях, и **73%** респондентов сообщили об осведомленности о деятельности Центрального банка.

Уровень осведомленности о деятельности центрального банка



Структура наблюдателей по видам деятельности



При этом **31%** опрошенных заявили, что работают в банковской сфере, **24 процента** составили субъекты предпринимательства, **18**

процентов-представители сферы образования и науки и **15 процентов**-представители государственных органов.

Результаты опроса показали, что около **72%** респондентов получают соответствующую информацию с официального канала Центрального банка в мессенджере Telegram, и только **44%** используют веб-сайт.



При этом **59%** респондентов, принявших участие в опросе, заявили, что им удобно получать и использовать информацию, публикуемую Центральным банком, в текстовой форме, **34%** - в виде наглядных материалов (инфографика, изображения) и **31%** - в виде видеоматериалов.



В свою очередь, **63%** респондентов заявили, что информацию, публикуемую Центральным банком, легко понять, **25%** оценили ее на сложном уровне и заявили о необходимости более широкого комментария, а **12%** заявили, что данные очень сложны для понимания.

Данные, основанные на результатах флэш-индикатора оценки уровня легкости изучения

На сегодняшний день в международной практике при оценке эффективности коммуникационной политики используется ряд методов и показателей.

В частности, анализ, проведенный на основе индикатора **flash** (Flesch Reading Ease test), который широко используется при оценке уровня легкости чтения опубликованных данных, показывает, что из общего числа 8 обзоров, опубликованных Центральным банком на английском языке в 2022 году, обзоры **ипотечного рынка, платежного баланса и инвестиционной позиции** подготовлены в удобной для чтения форме.

В то же время легкость чтения обзоров **межбанковского денежного рынка, ликвидности банковской системы**, а также **анализа кредитной нагрузки и рисков** оценивалась как умеренная, в то время как обзор **анализа эффективности обслуживания кредитов физическими лицами** оценивался как сложный.

При этом, в зависимости от **сложности считывания информации**, публикуемой в соответствии с методологией флэш-индикатора **вливают 2 фактора** - кратное среднему количеству слов в 1 предложении и среднее количество слогов в 1 слове.

Это означает, что в будущем особое внимание следует уделять обеспечению компактности структуры предложений и фраз (не допуская, чтобы они были длиннее, чем необходимо) при подготовке соответствующих комментариев и информации Центральным банком.

Вышеуказанный метод флэш-индикатора предназначен для оценки уровня легкости чтения текстовой информации на английском языке, и в перспективе Центральным банком планируется введение оценки уровня легкости чтения информации на узбекском и русском языках.

V. Планы на будущее

Исходя из задач, стоящих перед Центральным банком, а также на основе рекомендаций миссии технического содействия Международного валютного фонда по совершенствованию коммуникационной политики в декабре 2022 года и передового опыта зарубежных Центральных банков, планируется разработать и принять **Стратегию развития**

коммуникационной политики Центрального банка на среднесрочную перспективу.

В рамках данной Стратегии основное внимание будет уделяться на:

- превращение официального веб-сайта Центрального банка в основной канал коммуникации при распространении информации среди общественности (*на данный момент страницы в социальных сетях охватывают большую аудиторию*);
- расширение диапазона средств и каналов коммуникации с целью увеличения охвата аудитории;
- расширение работы по адаптации основных сообщений к сегментам целевой аудитории, обеспечение одновременного размещения всей информации и материалов на 3 языках (*узбекском, русском и английском*);
- увеличение числа встреч, семинаров, тренингов, пресс-конференций и других мероприятий с представителями широкой общественности, финансовой системы и средств массовой информации;
- совершенствование системы оценки эффективности коммуникационной политики центрального банка, включая организацию подготовки и публикации обзора коммуникаций на периодической основе;
- создание единого бренд-имиджа ЦБ (*ввести подготовку и публикацию всей информации на основе единого подхода по цвету, шрифту и графическому стилю*).