

**Европейская экономическая комиссия****Конференция европейских статистиков****Шестьдесят шестая пленарная сессия**

Женева, 18–20 июня 2018 года

Пункт 3 предварительной повестки дня

**Как донести до аудитории наш информационный
посыл: стратегические соображения по модернизации
практики сообщения статистических данных****Роль официальной статистики в быстро меняющемся
коммуникационном обществе****Записка Организации экономического сотрудничества и развития***Резюме*

Под влиянием стремительного формирования цифрового мира в последние годы способы сообщения и поиска информации в нашем обществе подверглись значительной трансформации. Люди все чаще используют социальные сети в качестве основного источника информации. Если национальные статистические управления хотят сохранить свою релевантность, они должны обеспечить присутствие официальной статистики в социальных сетях, предоставляя людям фактологическую статистическую информацию, которая необходима им для принятия обоснованных решений.

С этой целью Организация экономического сотрудничества и развития провела в октябре 2017 года конференцию, посвященную роли официальной статистики в быстро меняющемся коммуникационном обществе. В настоящем документе представлен обзор основных выводов конференции, в частности по таким вопросам, как знание новой аудитории и адаптация к ней, реагирование на альтернативные данные, содействие формированию сильного сообщества в социальных сетях и «очеловечивание» данных посредством новостных историй, которые вызывают отклик у людей.

Документ представляется для обсуждения на семинаре Конференции европейских статистиков по теме «Как донести до аудитории наш информационный посыл: стратегические соображения по модернизации практики сообщения статистических данных».



I. Введение

1. Официальная статистика предоставляет людям надежные данные, которые необходимы им для составления своего мнения; вместе с тем, способы получения информации молодыми людьми меняются сегодня стремительно, поскольку социальные сети становятся одним из основных источников новостей. Поэтому крайне необходимо следить за тем, чтобы информация, распространяемая в социальных сетях, основывалась на фактах, была достоверной и объективной. Официальной статистике принадлежит важнейшая роль в решении этой задачи. Исходя из этого ОЭСР организовала 5–6 октября 2017 года под эгидой Комитета ОЭСР по статистике и статистической политике конференцию, посвященную роли официальной статистики в быстро меняющемся коммуникационном обществе. Цель конференции состояла в изучении проблем, с которыми сталкиваются национальные статистические управления (НСУ) и международные организации, занимающиеся вопросами официальной статистики (МСО), стремясь оставаться сохранить свою релевантность в условиях быстро меняющегося мира, и оказании им помощи в разработке новых стратегий сообщения данных¹. В настоящем документе изложены основные выводы конференции.

II. Как формируются мнения в XXI веке

2. Люди и инструменты всегда считались отдельными субъектами. Однако цифровая революция сужает разрыв между человеком и машиной. Действительно, мир вступает в эпоху беспрецедентного проникновения технологии в жизнь человека.

3. В частности, можно выделить четыре ключевых скрытых фактора, влияющих на формирование мнений людей. Во-первых, мир сегодня настолько насыщен данными, что это ведет к изменению наших отношений с информацией. Люди в свое время учились мыслить с использованием ограниченных законченных понятий, но мир сегодня безграничен и открыт с точки зрения информации, что сказывается на когнитивных способностях и устойчивости внимания людей. Для того чтобы адаптироваться к этим стремительным переменам в области обмена информацией, люди должны культивировать образ мыслей, который можно назвать «созерцанием информации», понимая, что более невозможно знать все. Во-вторых, цифровизация создает новую реальность и культуру, в условиях которых персонализация контента сказалась на его объективности. Когда каждый может публиковать онлайн все что угодно, мнения трансформируются в убеждения. В-третьих, согласно быстро набирающей силу недавно сформулированной концепции «цифровой ДНК», люди воплощают свои ценности в своего рода технологический код. Современная технология сегодня служит выражением систем убеждений людей. И наконец, информационная экономика сама по себе является скрытой силой. Мир «эпохи пост-правды» управляется так же, как предприятие, путем стимулирования изменений в поведении людей.

4. Каким образом НСУ и МСО могут проложить свой путь в этом «мире пост-правды»? Важное значение имеет помощь, оказываемая статистикам в осмыслении данных вопросов людьми, не связанными со статистическим сообществом. Кроме того, наличие хороших статистических показателей и хорошей политики является лишь первым шагом в деле оказания влияния на мнения людей. На деле, люди не всегда являются рациональными экономическими и социальными существами. Исходя из этого, организациям необходимо инициировать иного рода дискуссию в своих соответствующих сообществах, с тем чтобы противостоять этой новой эпохе дезинформации. ОЭСР приступила к реализации инициативы «Новые подходы к

¹ В работе первого дня конференции приняли участие руководители НСУ и МСО, социологи, специалисты по вопросам коммуникации, журналисты, ученые, эксперты по вопросам политики и студенты, в то время как участие в работе второго дня было ограничено генеральными директорами, руководителями статистических подразделений и сотрудниками по вопросам коммуникации НСУ и МСО.

экономическим проблемам», которая предполагает изучение данных вопросов посредством объединения различных областей знаний (таких, как социология, история и т. д.).

III. Кто составляет нашу аудиторию, и как эти люди получают фактологическую информацию?

5. НСУ и МСО пытаются работать сегодня с самыми различными аудиториями, и им часто приходится ломать голову над тем, как лучше донести информацию до всех этих аудиторий. С учетом этого организациям необходимо изучать предложение информации и спрос на нее. В частности, НСУ и МСО следует изучить спрос на фактологические материалы, а не слепо предлагать их. Например, несмотря на то, что социальные сети являются основным источником новостей для лиц в возрасте 18–24 лет, телевизионные новости по-прежнему остаются главным источником новостей для всех возрастных групп в целом в странах ОЭСР. Таким образом, НСУ и МСО должны учитывать это при распространении своих данных.

6. НСУ и МСО привыкли распространять информацию среди уже информированной аудитории. Вместе с тем организациям следует помнить о том, что население в целом не всегда информировано в равной степени. НСУ и МСО должны делать данные «интересными», т. е. созвучными интересам аудитории.

7. Организациям следует также экспериментировать, учиться и адаптироваться к дискуссиям, которые уже ведутся в Интернете, и присоединяться к ним. Это позволит НСУ и МСО обращаться как к сердцу, так и разуму аудитории, поскольку эмоциональный рассказ гораздо более убедителен. Для охвата более широкой аудитории организациям следует взаимодействовать с партнерами с целью усиления информационного посыла и совершенствования стратегии продвижения своего бренда, поскольку бренд внушает доверие. В заключение следует отметить, что организации не должны бояться привлекать сотрудников с новыми компетенциями и мыслить нестандартно.

IV. Проведение различия между фактом и вымыслом: как создаются и распространяются «альтернативные фактологические материалы»?

8. «Альтернативные фактологические материалы» стали печальной реальностью, наводняющей социальные сети и новостные агентства в целом. Существует неустранимая опасность дезинформации общественности, которая усиливает ответственность НСУ и МСО за защиту своих брендов в качестве надежных источников фактов. *Сервису Google News Lab и Международной сети по проверке фактов*, например, удается разоблачать лживые новости и налаживать партнерские связи с НСУ в целях проверки информации и борьбы с созданием альтернативных фактологических материалов.

9. Тем не менее разоблачение лживых новостных историй является сложной задачей, поскольку подкорректированная ложь может дойти до других людей, отличных от тех, кто прочитал первоначальные версии. Кроме того, подправленные слухи могут привести к негативным последствиям, в связи с чем организациям следует позиционировать себя в качестве надежного источника информации, а также обеспечить лицам, проверяющим факты, доступ к сведениям, необходимым для внесения требуемых исправлений. Поэтому партнерские отношения имеют решающее значение для борьбы с ложными новостями и обеспечения того, чтобы достоверная информация достигала нужной аудитории. Помимо партнерских связей, организациям следует облегчить людям прямой доступ к фактам непосредственно на своих официальных веб-сайтах и обеспечить подкрепление своих информационных сообщений с помощью видео и других визуальных средств, которые доказали свою эффективность в развенчании альтернативных фактологических материалов.

V. Создание влиятельных сообществ в социальных сетях и охват значимой аудитории

10. Социальные сети существуют не только для того, чтобы сообщать информацию, но также чтобы слушать. Создание влиятельных сообществ в социальных сетях поможет еще более расширить аудиторию НСУ и МСО. Для этого необходимо слушать, быть полезными, взаимодействовать и обмениваться знаниями. Кроме того, важно эффективно использовать наиболее популярные социальные сети (такие, как Facebook, Twitter и т. д.). На деле, разные социальные сети собирают разную аудиторию и подходят для разных целей. Организациям необходимо адаптировать свой контент к каждой платформе.

11. Успех социальных сетей сегодня заключается в том, что они расширяют возможности общения пользователей и сообществ, с которыми в противном случае было бы невозможно связаться. НСУ и МСО в свою очередь также должны воспользоваться этой невероятной возможностью. Благодаря целенаправленному распространению информации по различным каналам, а также отслеживанию результатов этой работы при помощи показателей, организации смогут совершенствовать свои стратегии и охватить более широкую аудиторию.

12. Стратегии работы в социальных сетях должны рассматриваться организациями как часть более масштабного коммуникационного для усиления влияния распространяемых данных, и НСУ и МСО должны обмениваться друг с другом опытом.

VI. «Очеловечивание» данных, с тем чтобы новостные истории вызвали отклик у пользователей социальных сетей

13. Цель «очеловечивания данных» заключается в том, чтобы рассказывать понятные и легко воспринимаемые истории, которые находят отклик у людей и аудитории. Кроме того, если организации смогут спровоцировать эмоциональную реакцию своей аудитории, информация, скорее всего, запомнится. Поскольку людям нравится узнавать что-то новое о других и о себе, использование примеров из реальной жизни и отображение человеческого элемента в наборе данных, как правило, привлекают внимание людей, так как это позволяет им увидеть, как они вписываются в более широкий контекст. В действительности, представляемые статистические данные необязательно должны быть увлекательными; если их посыл обращен к людям, они будут вызывать интерес.

14. Организации должны предоставлять емкий качественный материал, который люди могут легко понять и усвоить после одного прочтения. Для того чтобы добиться успеха в решении этой задачи, НСУ и МСО следует стремиться рассказывать новостные истории, для чего авторы должны быть обучены писать на простом языке. Важно также, чтобы текст был «двуязычным», т. е. он должен быть написан одновременно на «техническом» и «нетехническом», чтобы не поставить под сомнение надежность сообщаемых данных.

VII. Какие стратегии работы в социальных сетях должны использовать национальные статистические управления и международные организации, работающие в области официальной статистики: партнерство для достижения успеха

15. Партнерские связи имеют ключевое значение для совершенствования стратегий сообщения данных НСУ и МСО. В этой связи, несмотря на то, что средства массовой

информации могут иногда дезинформировать общественность, они должны и впредь оставаться важным партнером НСУ и МСО.

16. Кроме того, существует необходимость дальнейшего повышения уровня статистической грамотности и углубления понимания статистики. В целях решения этой задачи НСУ и МСО могли бы вести целенаправленную работу со школами (в том числе со специалистами, составляющими учебные программы), преподавателями, родителями и членами семей, спортивными секциями и производителями игр.

17. Прежде чем приступить к налаживанию партнерских отношений, НСУ и МСО должны выполнить несколько этапов их планирования, включая: постановку четкой задачи, определение аудитории, изучение возможностей партнерских отношений и их формата, определение надлежащих каналов передачи и тона информационных сообщений. Действительно, чем лучше усилия по расширению охвата будут учитывать контекст, тем больше вероятность налаживания прочных и долгосрочных партнерских связей. И наконец, несмотря на то, что НСУ и МСО могут предпочесть сосредоточиться на установлении партнерских отношений только с одной или двумя организациями, было бы полезно составить исчерпывающий перечень потенциальных партнеров, а затем определить, что можно сделать в плане взаимодействия с каждым из них.

VIII. Какие стратегии работы в социальных сетях должны использовать НСУ и МСО: создание сообществ и распространение достоверной информации

18. Несмотря на признание необходимости создания влиятельных сообществ в социальных сетях, ситуация в разных странах является различной, поскольку малые статистические управления располагают меньшим объемом ресурсов для инвестирования в решение этой задачи. Кроме того, существует необходимость налаживания лучшего взаимопонимания между НСУ и МСО, с одной стороны, и статистиками/экспертами и экспертами в области коммуникации, с другой.

19. С точки зрения стратегии критически важное значение имеет пересмотр способа изложения информации таким образом, чтобы люди начали доверять НСУ и МСО как основному источнику официальных данных и новостей. Налаживание партнерских отношений с журналистами и министерствами образования является целесообразной стратегией, способствующей достижению этой цели. Организации должны быть готовы идти на риск, тесно взаимодействуя с членами своего сообщества в социальных сетях и создавая свой уникальный онлайн-бренд, для того чтобы выделиться на общем фоне.

20. Укрепление доверия в сообществах является сложной задачей; организациям необходимо применять творческий подход к тому, как они подают информацию, с тем чтобы завоевать положительную репутацию. Для определения того, какие сообщества НСУ и МСО не способны охватить, они могут начать с определения, кого они пытаются охватить и откуда и каким образом эти целевые аудитории черпают информацию.

IX. Ключевые выводы

21. В ходе этой конференции стало ясно, что сведение вместе статистического и нестатистического сообществ для обсуждения вопросов сообщения информации в мире, движущей силой которого являются социальные сети, было полезным мероприятием. НСУ и МСО занимают сильные позиции, поскольку они распространяют высококачественные и релевантные статистические данные, которые способны оказывать влияние на общество. Тем не менее НСУ и МСО следует излагать сложные вопросы в доступной форме онлайн, сохраняя точность данных и избегая их чрезмерного упрощения. Работа в социальных сетях является лишь частью общих коммуникационных стратегий этих организаций; не следует забывать об аудиториях

вне социальных сетей, в связи с чем требуется найти надлежащий баланс. В этой области не существует какого-либо единого подхода, и, если НСУ и МСО хотят откликаться на нужды своей аудитории, они должны знать, из кого она состоит.

22. В конечном итоге, НСУ и МСО следует уделять больше времени изучению того, что требуется для достижения успеха в онлайн, пересмотра их культуры общения с социальными сетями, а также для того, чтобы стать более открытыми, не поступаясь при этом своими принципами.

X. Цели на будущее

23. Сегодня объем доступных данных стремительно растет во всемирном масштабе. Темпы, объемы и охват сегодняшних цифровых информационных потоков создают условия для процветания дезинформации, лживых новостей и лживых «фактологических материалов». ОЭСР планирует продолжать решать эту проблему в рамках своей инициативы «Новые подходы к экономическим проблемам», в частности посредством организации в будущем рабочих совещаний, которые будут содействовать функционированию социальных сетей и оценке позитивного и негативного влияния социальных сетей на суждения, решения и действия граждан, компаний, директивных органов и гражданского общества. Кроме того, ОЭСР занимается разработкой новых видов статистических данных и новых инструментов, позволяющих лучше понять, как экономики функционируют сегодня. Обмен информацией и передовым опытом между НСУ и МСО имеет решающее значение для обеспечения того, чтобы наши информационные сообщения не устаревали в быстро эволюционирующем медиамире.
