

УДК 330.8

DOI: 10.34670/AR.2025.79.47.009

К вопросу эволюции коммуникационных стратегий центральных банков

Кошкин Андрей Вячеславович

Аспирант,
кафедра экономической теории и экономической политики,
Санкт-Петербургский государственный университет,
199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9;
e-mail: a.koshkin@spbu.ru

Аннотация

В данной статье проанализированы причины наблюдаемого последние 50 лет перехода от закрытых коммуникационных стратегий центральных банков к открытым. Даны характеристики открытости коммуникационных стратегий центральных банков, а также представлен краткий обзор индексов количественного измерения степени их открытости. По итогам исследования представлен вывод о детерминированности наблюдаемого перехода отказом монетарных властей значительного числа стран по всему миру от таргетирования показателей монетарной массы и введением политики таргетирования инфляции. Так, движение в сторону открытости коммуникационных стратегий прежде всего определяет потребность центральных банков в рамках политики таргетирования инфляции воздействовать на инфляционные ожидания широких слоев населения, что требует принципиально иной уровень информационной открытости монетарных властей.

Для цитирования в научных исследованиях

Кошкин А.В. К вопросу эволюции коммуникационных стратегий центральных банков // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2025. Том 15. № 1А. С. 72-77. DOI: 10.34670/AR.2025.79.47.009

Ключевые слова

Коммуникационные стратегии, денежно-кредитная политика, центральные банки, информационная открытость.

Введение

Коммуникационные стратегии центральных банков сегодня являются одной из центральных тем в исследованиях, посвященных эффективности проводимой денежно-кредитной политики. Это можно наблюдать в зарубежной научной литературе [Blinder, 2008], в работах отечественных исследователей [Щеглов, 2024], а также и в исследованиях самих центральных банков [Buliř, 2013], включая Центральный банк Российской Федерации [Евстигнеева..., 2023]. Ключевым показателем при анализе коммуникационных стратегий центральных банков выступает открытость. Причем под открытостью понимается как готовность раскрывать публично-значимую информацию, так и способность вести коммуникацию адресно, языком, который наиболее подходящим образом подобран под конкретную целевую группу. В свою очередь, материалы, рассчитанные на самую широкую аудиторию, должны быть изложены максимально доступно. В условиях открытой коммуникационной политики, заявления и объяснение логики принятия решений должны быть понятны гражданам страны, даже без специализированного экономического образования. Примером исследования в рамках подобной парадигмы может послужить работа А. Евстигнеевой [Евстигнеева, 2021], где проводится сравнительный анализ удобочитаемости текстов заявлений центральных банков. Особую актуальность подобные исследования приобретают в контексте истории развития коммуникации центральных банков.

Основное содержание

За последние 50 лет произошла кардинальная смена подходов монетарных властей к этому аспекту своей деятельности. Так, в истории ФРС США в XX веке были периоды, когда значение ключевой ставки не публиковалось. Информационная закрытость воспринималась как защита от информационных рисков, осуществляемая для снижения возникновения различного рода рыночных шоков. Ограничение реакции рынков на действия монетарных властей воспринималось как защита свободы действий центральных банков. Ярким отражением проводимой информационной политики монетарных властей в тот период может быть представлена инструкция, которую получил первый пресс-секретарь Банка Англии: «держат Банк подальше от прессы, а прессу - подальше от Банка» [Carie, 2010, с. 50]. Монтегю Норман, возглавляющий тот же Банк Англии в 1921-1944 гг., стал автором афоризма «никогда не объясняй, никогда не извиняйся» [Bernanke..., 2003]. Ну и наконец, можно привести цитату Алана Гринспена, председателя Совета управляющих ФРС США с 1987 по 2004, сказанную им в 1988 году: «С тех пор как я стал банкиром в центральном банке, я научился бормотать крайне бессвязно <...> Если вы считаете, что я высказался ясно и безошибочно, уверяю вас, вероятно, вы меня неправильно поняли» [Binder, 2020].

Ситуация изменилась, когда центральные банки стали постепенно переходить от политики монетарного таргетирования к таргетированию инфляции. Исследования в области экономической теории [Edmund, 1967] и практика монетарных властей продемонстрировали ненадежность связи между монетарной массой и инфляцией, а также высокое значение инфляционных ожиданий в процессе формирования текущего уровня инфляции. Ключевое значение приобрели модели поведения экономических агентов. Движение от сберегательной к потребительской модели и наоборот среди крупных слоев населения определяет уровень совокупного спроса в экономике, а следовательно – влияет на инфляцию. В этих условиях

основными инструментами денежно-кредитной политики, воздействующими на уровень потребительского спроса, становятся ключевая ставка и коммуникация. Центральные банки раскрыли цели своей политики, стали публиковать отчеты об инфляции и протоколы заседаний, проводить регулярные пресс-конференции и даже строить предполагаемую траекторию ставок.

Движение монетарных властей по всему миру в сторону информационной открытости стало неизбежным следствием эволюции их денежно-кредитной политики. Заякоренность инфляционных ожиданий, информационная прозрачность и предсказуемость решений по ключевой ставке могут во многом быть названы результатами реализации открытых коммуникационных стратегий центральных банков. Как отмечают исследователи [Евстигнеева..., 2023], эти же показатели могут считаться основными количественными метриками эффективности реализации подобных стратегий.

Сама тематика поиска детерминант экономического роста в тех или иных действиях монетарных властей не является уникальной для экономической теории. Однако вопрос целеполагания центральных банков до сих пор считается дискуссионным. С одной точки зрения, мандат монетарных властей не предполагает ответственности за экономический рост и касается исключительно поддержания стабильности национальной валюты и финансовой системы, а с другой центральные банки несут (или должны нести) ответственность за рост благосостояния национальной экономики, выражаемой обычно в росте выпуска товаров и услуг, а также повышения их качества. И хотя данная статья не подразумевается как часть этой дискуссии, представляется, что ответы, полученные в ходе описанного исследования, могут служить аргументами в пользу утверждения, что реализация открытой коммуникационной стратегии центральными банками (как имманентная составляющая политики таргетирования инфляции) обеспечивает необходимые условия для стимулирования экономического роста, тем самым способствуя ему.

Ключевым показателем для данного исследования является степень информационной открытости коммуникационной стратегии центрального банка. И в отношении определения границ понятия «открытость» в научной литературе существует некоторое разночтение. Ряд исследователей трактуют открытость коммуникационной политики центральных банков исключительно как их готовность раскрывать публично-значимую информацию, такую как модельный аппарат или механизм принятия решений [Eijffinger, 2006]. Иные исследователи связывают открытость коммуникационных стратегий монетарных властей не только с прозрачностью принимаемых решений, но и с наличием специализированной адресной коммуникации, в состав которой обязательно должна входить коммуникация, рассчитанная на широкую аудиторию [Freedman, 2009, с. 262]. Именно в традиции второго подхода и выполнено данное исследование. Так, представляется разумным определить открытость информационной стратегии центрального банка как политику, складывающуюся из трех составляющих:

- прозрачности - готовность раскрывать публично-значимую информацию, такую как модельный аппарат или механизм принятия решений;
- предсказуемости – чем более предсказуема денежно-кредитная политика центрального банка, тем более открыта его логика принятия решений;
- адресности коммуникации – насколько специализирована коммуникация центрального банка и насколько доступно излагается материал для широких слоев населения.

В современных исследованиях богато представлены попытки количественного измерения данных показателей, в частности, и информационной открытости центральных банков в общем. Первой полноценной попыткой анализа прозрачности решений центральных банков может

быть назван индекс прозрачности рассчитанный Н. Динчер и Б. Эйхенгрином в 2014 г [Dincer, 2014]. Также можно отметить аналогичный индекс [Al-Mashat, 2018], разработанный специально для анализа коммуникационных стратегий центральных банков, таргетирующих инфляцию. Наконец, сотрудники Центрального банка Российской Федерации самостоятельно оценили прозрачность отечественного мегарегулятора в рамках Обзора денежно-кредитной политики 2023 года [Евстигнеева..., 2023].

Представляется важным отметить, что движение к открытости коммуникационных стратегий центральных банков по времени сопряжено с переходом центральных банков к политике таргетирования инфляции. Так, первым центральным банком, перешедшим к таргетированию инфляции стал Резервный банк Новой Зеландии в 1989 году. К началу 2000-х годов переход к стратегии таргетирования инфляции был осуществлен практически во всех развитых странах. Среди стран с формирующимися рынками первопроходцем в таргетировании инфляции стал Чешский национальный банк в 1997 году. И уже в 2022 году по оценкам МВФ на страны, де-юре и де-факто проводящих стратегию таргетирования инфляции, приходилось более 70% мирового ВВП [Annual Report..., 2022].

Банк России перешел к таргетированию инфляции в 2015 году. Среди стран – членов БРИКС, помимо Банка России, стратегии таргетирования инфляции официально придерживаются Резервный банк Индии, Центральный банк Бразилии и Резервный банк ЮАР. Народный банк Китая, хоть и не может считаться таргетером инфляции, за последние десятилетия осуществил заметные изменения подходов в проведении денежно-кредитной политики (в большей степени на уровне инструментов), несколько приблизив их к подходам, применяемым в рамках таргетирования инфляции, и продолжает дальнейшее развитие [Основные направления..., 2023].

Почему движение в сторону открытости коммуникационных стратегий центральных банков является следствием перехода к политике таргетирования инфляции? В рамках политики таргетирования инфляции центральные банки в значительной степени вынуждены работать с инфляционными ожиданиями населения. При этом коммуникация центральных банков становится одним из основных инструментов денежно-кредитной политики, наравне с ключевой ставкой. Во многом, это связано и с наблюдаемыми трудностями в прогнозировании эффекта денежного мультипликатора и использовании норматива обязательного резервирования для коммерческих банков. Отказ от таргетирования показателей денежной массы потребовал установки более ясной для общества количественной цели центральных банков. Ей и стал показатель индекса потребительских цен – инфляции.

Заключение

Для воздействия на инфляционные ожидания общества центральным банкам потребовалось выйти в рамках своей коммуникации за пределы исключительно экспертной аудитории. Действия и логика принятия решений центрального банка в контексте проводимой политики таргетирования инфляции должна была стать понятной широким слоям населения. И именно в этом контексте наблюдается рост количественных показателей открытости коммуникационных стратегий центральных банков, перешедших де-юре или де-факто к таргетированию инфляции, по всему миру.

Опираясь на все вышеизложенное, можно заключить, что наблюдаемый последние 50 лет разворот от закрытости к открытости коммуникационных стратегий центральных банков стал

закономерным итогом отказа монетарных властей от политики таргетирования показателей монетарной массы и переход к таргетированию инфляции.

Библиография

1. Евстигнеева А., Сидоровский М. Оценка ясности коммуникации Банка России по денежно-кредитной политике с помощью нейронных сетей // Деньги и кредит. – 2021. – Т. 80, № 3. – С. 3-33.
2. Евстигнеева А. Коммуникация как инструмент денежно-кредитной политики Аналитическая записка // Центральный Банк России – URL: https://www.cbr.ru/dkp/review__dkp/research_policy_notes/ (дата обращения: 01.11.2024).
3. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2024 год и период 2025-2026 годов // Центральный Банк России – URL: https://www.cbr.ru/about_br/publ/ondkp/ (дата обращения: 01.11.2024).
4. Щеглов М.Ю., Пашкус В.Ю. Цифровая коммуникация Банка России в социальных сетях // Теоретическая и прикладная экономика. – 2024. – № 1. – С. 28-38.
5. Al-Mashat R.A., Bulir A., Dinçer N., Hlédik T., Holub T., Kostanyan A., Laxton D., Nurbekyan A., Portillo R. A., Wang H. An Index for Transparency for Inflation-Targeting Central Banks: Application to the Czech National Bank. IMF Working Paper, 2018.
6. Annual Report on Exchange Arrangements and Exchange Restrictions 2022 // International Monetary Fund – URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Annual-Report-on-Exchange-Arrangements-and-Exchange-Restrictions/Issues/2023/07/26/Annual-Report-on-Exchange-Arrangements-and-Exchange-Restrictions-2022-530144> (дата обращения: 01.11.2024).
7. Bernanke B.S. Federal Reserve Communications. Cato Institute 25th Annual Monetary Conference, Washington, D.C., 2007. // Federal Reserve Board – URL: <https://www.federalreserve.gov/newsevents/speech/bernanke20071114a.htm> (дата обращения: 01.11.2024).
8. Binder S., Spindel M. How Politics Shapes Federal Reserve Communications // Cato Journal – 2020. – № 40.
9. Blinder A., Ehrmann M., Fratzscher M., De Haan J., Jansen D. Central Bank Communication and Monetary Policy: A Survey of Theory and Evidence // Journal of Economic Literature. – 2008. – № 46(4). – pp. 910–945.
10. Bulíř A., Čihák M., Jansen D.-J. What Drives Clarity of Central Bank Communication About Inflation? // Open Economies Review. – 2013. – № 24. – pp. 125–145.
11. Capie F. The Bank of England: 1950s to 1979. – Cambridge: Cambridge University press, 2010 – 853 p.
12. Dinçer N., Eichengreen B. Central Bank Transparency and Independence: Updates and New Measures // International journal of central banking. – 2014.
13. Edmund S., Phillips C. Expectations of Inflation and Optimal Unemployment over Time // Economica, New Series. – 1967. – № 135. – pp. 254-281.
14. Eijffinger S., Geraats P. How Transparent Are Central Banks? // European Journal of Political Economy. – 2006. – № 22. – pp. 1-21.
15. Freedman C., Laxton D. Inflation Targeting Pillars – Transparency and Accountability. IMF Working Paper, 2009.

On the Evolution of Central Bank Communication Strategies

Andrei V. Koshkin

Postgraduate Student,
Department of Economic Theory and Economic Policy,
Saint Petersburg State University,
199034, 7/9, Universitetskaya nab., Saint Petersburg, Russian Federation;
e-mail: a.koshkin@spbu.ru

Abstract

This article analyzes the reasons behind the shift from closed to open communication strategies observed in central banks over the past 50 years. The study characterizes the openness of central bank communication strategies and provides a brief overview of indices quantifying their degree of

Andrei V. Koshkin

transparency. The research concludes that this transition has been primarily determined by monetary authorities' abandonment of monetary aggregate targeting and their adoption of inflation targeting policies across numerous countries worldwide. The move toward greater openness in communication strategies is fundamentally driven by central banks' need to influence public inflation expectations under inflation targeting regimes, which requires a fundamentally different level of transparency from monetary authorities.

For citation

Koshkin, A.V. (2025) K voprosu evolyutsii kommunikatsionnykh strategiy tsentral'nykh bankov [On the Evolution of Central Bank Communication Strategies]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 15 (1A), pp. 72-77. DOI: 10.34670/AR.2025.79.47.009

Keywords

Communication strategies, monetary policy, central banks, transparency

References

1. Evstigneeva A., Sidorovsky M. Assessing the Clarity of the Bank of Russia's Monetary Policy Communication Using Neural Networks // *Money and Finance*. – 2021. – Т. 80, № 3. – pp. 3-33. [In Russian].
2. Evstigneeva A. Communication as a tool of monetary policy Analytical note // Central Bank of Russia – URL: https://www.cbr.ru/dkp/review__dkp/research_policy_notes/ (дата обращения: 01.11.2024). [In Russian].
3. Main directions of the unified state monetary policy for 2024 and the period 2025-2026 // Central Bank of Russia – URL: https://www.cbr.ru/about_br/publ/ondkp/ (дата обращения: 01.11.2024). [In Russian].
4. Shcheglov M.Y., Pashkus V.Y. Digital communication of the Bank of Russia in social networks // *Theoretical and Applied Economics*. – 2024. – № 1. – С. 28-38. [In Russian].
5. Al-Mashat R.A., Bulir A., Dinçer N., Hlédik T., Holub T., Kostanyan A., Laxton D., Nurbekyan A., Portillo R. A., Wang H. An Index for Transparency for Inflation-Targeting Central Banks: Application to the Czech National Bank. IMF Working Paper, 2018.
6. Annual Report on Exchange Arrangements and Exchange Restrictions 2022 // International Monetary Fund – URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Annual-Report-on-Exchange-Arrangements-and-Exchange-Restrictions/Issues/2023/07/26/Annual-Report-on-Exchange-Arrangements-and-Exchange-Restrictions-2022-530144> (дата обращения: 01.11.2024).
7. Bernanke B.S. Federal Reserve Communications. Cato Institute 25th Annual Monetary Conference, Washington, D.C., 2007. // Federal Reserve Board – URL: <https://www.federalreserve.gov/newsevents/speech/bernanke20071114a.htm> (дата обращения: 01.11.2024).
8. Binder S., Spindel M. How Politics Shapes Federal Reserve Communications // *Cato Journal* – 2020. – № 40.
9. Blinder A., Ehrmann M., Fratzscher M., De Haan J., Jansen D. Central Bank Communication and Monetary Policy: A Survey of Theory and Evidence // *Journal of Economic Literature*. – 2008. – № 46(4). – pp. 910-945.
10. Bulir A., Čihák M., Jansen D.-J. What Drives Clarity of Central Bank Communication About Inflation? // *Open Economies Review*. – 2013. – № 24. – pp. 125-145.
11. Capie F. The Bank of England: 1950s to 1979. – Cambridge: Cambridge University press, 2010 – 853 p.
12. Dinçer N., Eichengreen B. Central Bank Transparency and Independence: Updates and New Measures // *International journal of central banking*. – 2014.
13. Edmund S., Phillips C. Expectations of Inflation and Optimal Unemployment over Time // *Economica*, New Series. – 1967. – № 135. – pp. 254-281.
14. Eijffinger S., Geraats P. How Transparent Are Central Banks? // *European Journal of Political Economy*. – 2006. – № 22. – pp. 1-21.
15. Freedman C., Laxton D. Inflation Targeting Pillars – Transparency and Accountability. IMF Working Paper, 2009.