



Банк России

НАСКОЛЬКО ПРОЗРАЧНЫМ ДОЛЖЕН БЫТЬ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ БАНК?

Евстигнеева Алина, ДДКП Банка России
Санкт-Петербург, июнь 2024 г.







История центральных банков – это история увеличения их прозрачности

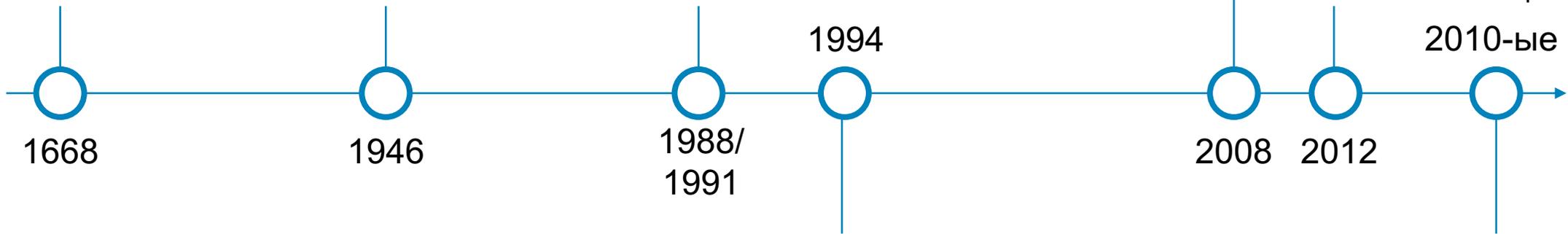
Появляется первый центральный банк – шведский Риксбанк. В 1694 году появляется Банк Англии

При Нормане Монтагю Банк Англии теряет независимость, когда его нежелание объяснить свою политику достигает апогея

Резервный банк Новой Зеландии первым в мире переходит к таргетированию инфляции в попытках обуздать рост цен 70-х и 80-х

Мировой финансовый кризис и проблема zero lower bound вынуждают банки активно использовать коммуникацию как инструмент политики (forward guidance)

“Whatever it takes” Марио Драги из ЕЦБ



1668

1946

1988/
1991

1994

2008

2012

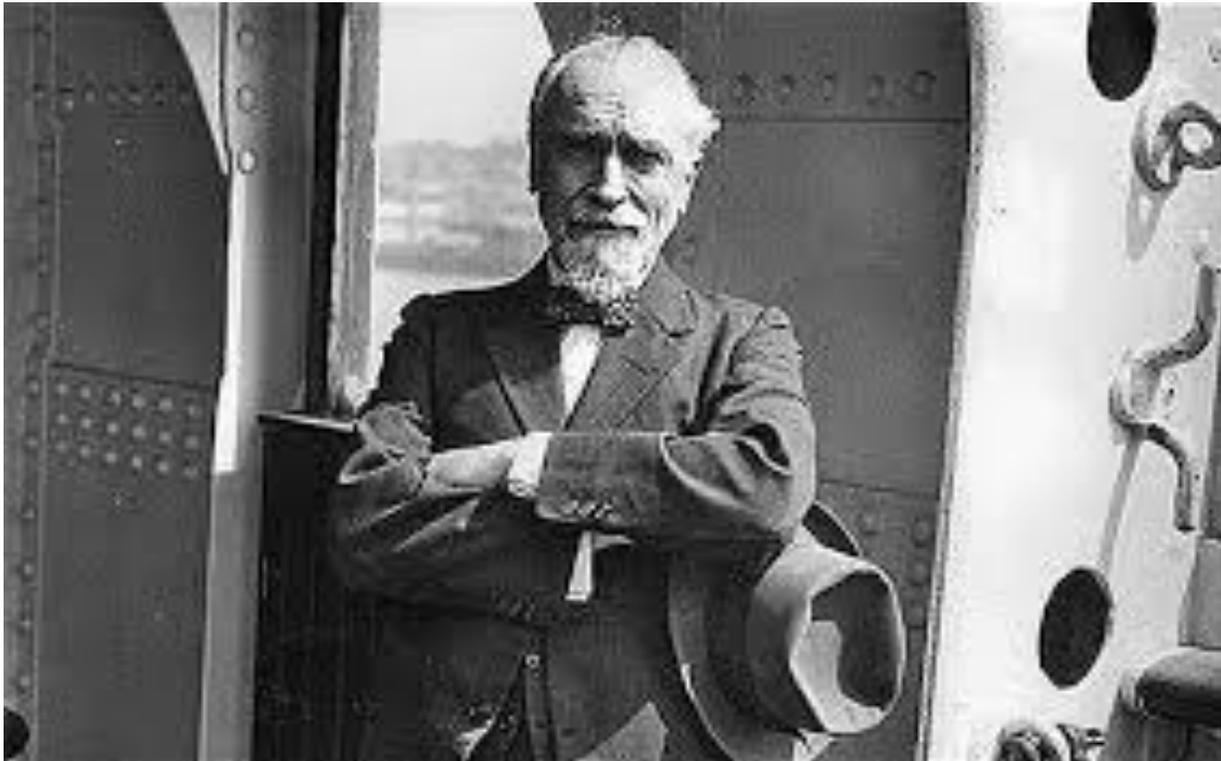
2010-ые

ФРС США при Алане Гринспене, который не был сторонником публичной коммуникации, под политическим давлением сенаторов-республиканцев беспрецедентно увеличивает прозрачность, запуская публикацию протоколов

Под влиянием развития социальных сетей и электронных медиа ЦБ все чаще выходят на широкую аудиторию



«Никогда не объясняй, никогда не извиняйся»



Монтегю Коллет Норман (1871-1950 гг.) – британский банкир, управляющий Банком Англии в 1920-1944 гг.

По мнению Д.М. Кейнса, Монтагю Норман был «достоверно неправ во всем, что касалось денежно-кредитной политики».

В 1946 г. Банк Англии утратил свою независимость.



«Если вам показалось, что я выразился достаточно ясно, вы, должно быть, неправильно меня поняли»



Алан Гринспен, Председатель Совета управляющих ФРС США в 1987–2006 гг. На своем посту сменил Пола Волкера.

Через 2 месяца после назначения пережил «черный понедельник» - самое большое падение фондового рынка США, последствия которого смог эффективно купировать.

Считал, что центральный банк должен воздерживаться от избыточной коммуникации, предотвращая таким образом спекуляции. Свою стратегию коммуникации называл «конструктивной двусмысленностью».



«Говорить со всеми, кто готов слушать»



К концу 80-х Новая Зеландия была страной с самой высокой инфляцией в ОЭСР, достигавшей 20% в год. Ситуация в экономике тоже была пугающей. Ответом властей стали беспрецедентные реформы: 1/ большая приватизация 2/ таргетирование инфляции.

ИТ предполагало: четкую цель по инфляции (3% в год), независимость от правительства и полную прозрачность решений/политики. Уже к 1992 году инфляция снизилась до 1%.

Дональд Брэш, глава РБНЗ в 1988-2002 гг., вспоминал, что банк тогда «говорил со всеми, кто готов был слушать». На тот момент это была активная коммуникационная политика, не знавшая аналогов в мире. Брэш впервые начал использовать коммуникацию с населением.



Три слова, которые остановили кризис в Европе

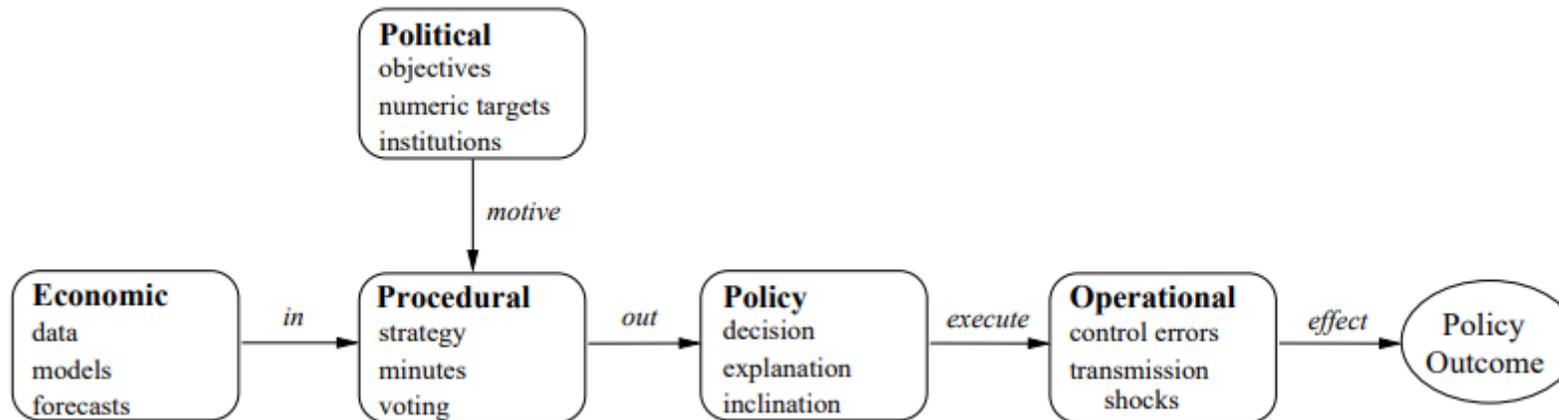


“Within our mandate, the ECB is ready to do **WHATEVER IT TAKES** to preserve the euro. And believe me, it will be enough.”

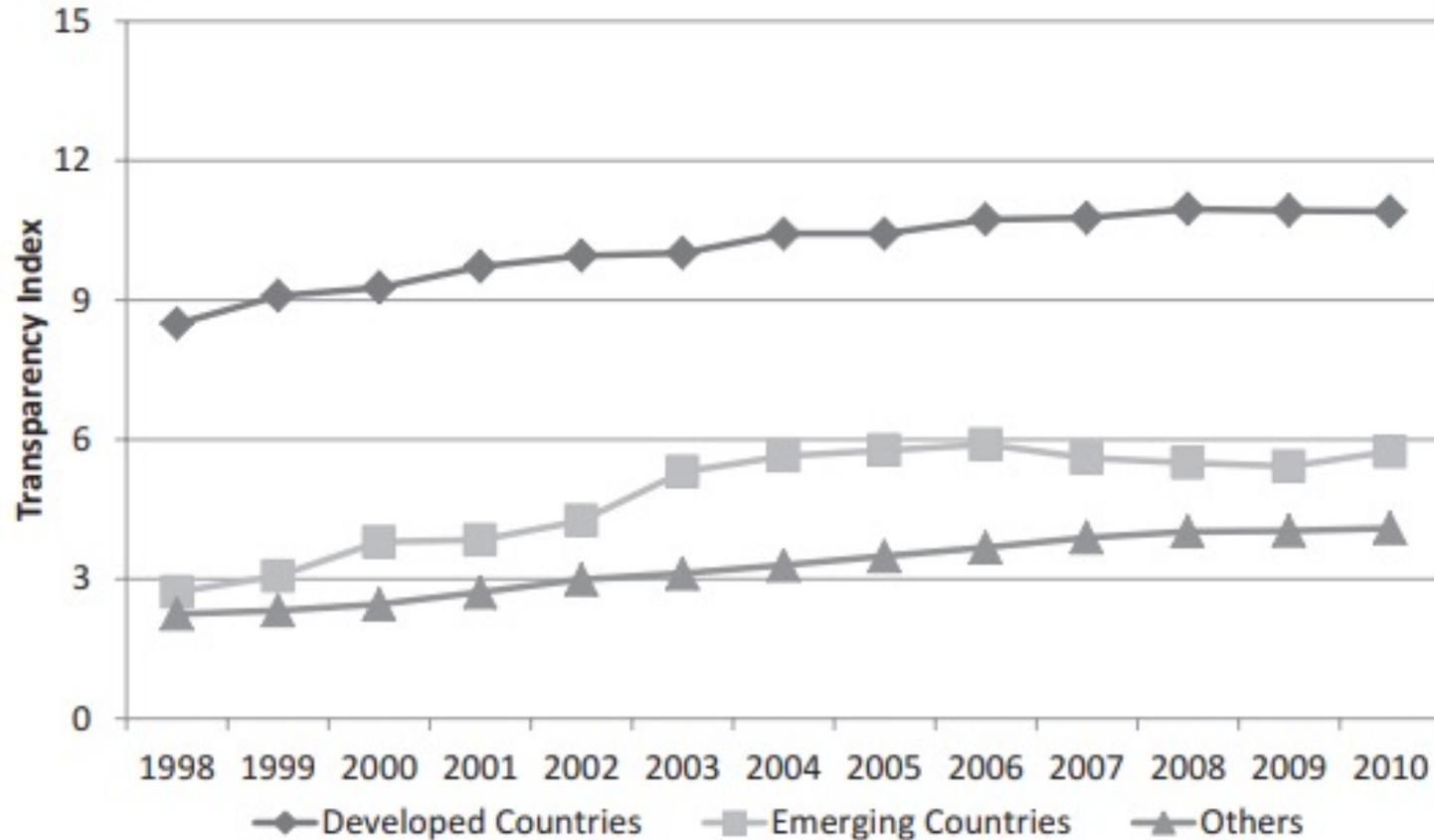


Появление индексов прозрачности центробанков

Концепция индекса прозрачности по Eijffinger and Geraats (2006)



Прозрачность постоянно росла в последние годы





Композиция индекса Eijffinger & Geraats, Al Mashat

Прозрачность целей

- Раскрытие цели политики, количество целей ДКП
- Формулировка цели: точка или диапазон
- Учет финстабильности
- Публикация функции потерь

Прозрачность FPAS (системы прогнозирования и анализа)

- Выгрузка с сайта всех данных из ДоДКП
- Программный код прогнозных моделей
- Функция реакции ДКП
- Прогноз инфляции, ВВП, разрыва выпуска и обменного курса
- Методология веерных диаграмм прогнозов
- Декомпозиция причин изменения прогноза и ПР.

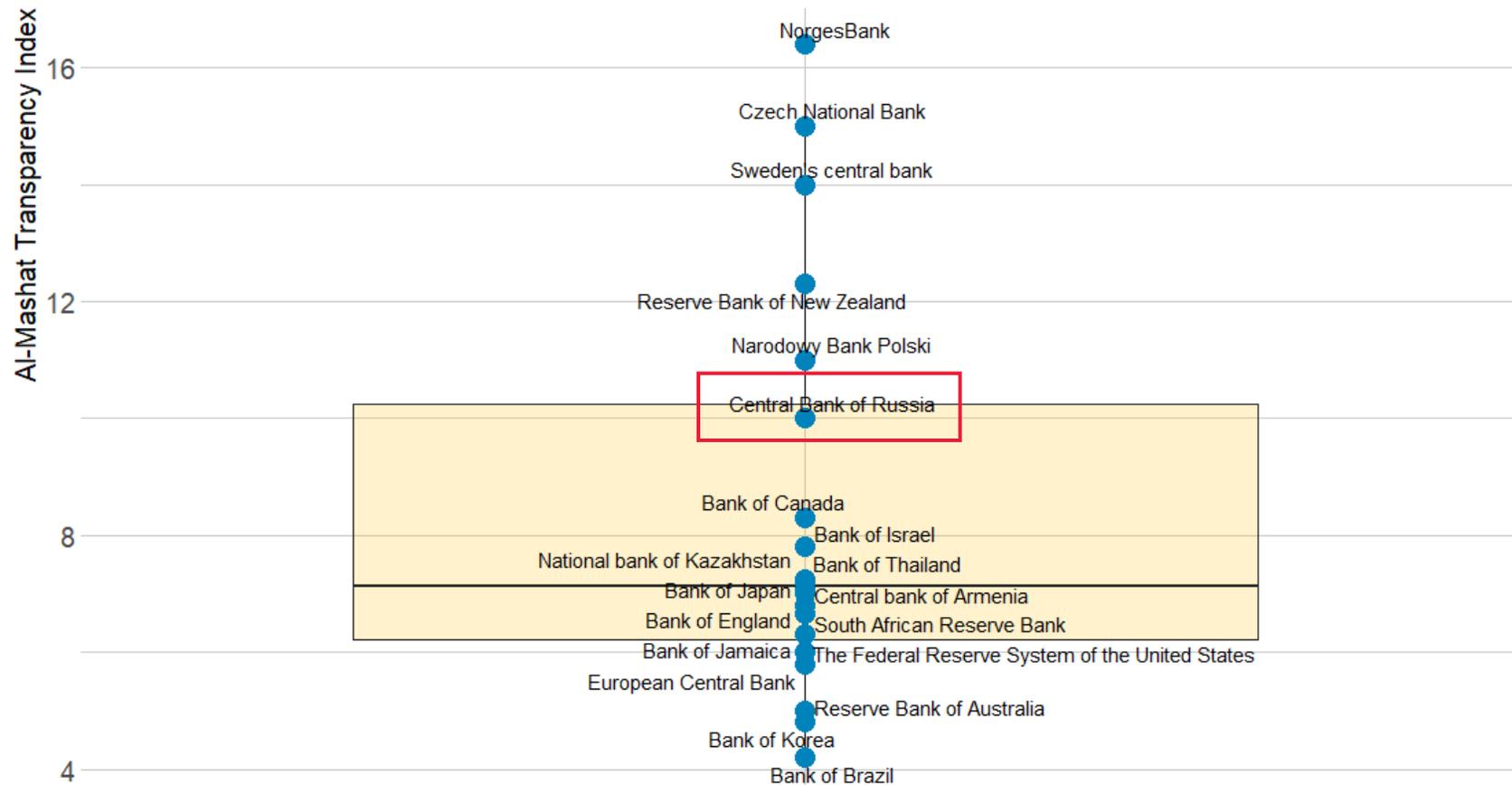
Прозрачность принятия решений

- Немедленная публикация решения после принятия
- Публикация записей встреч с аналитиками и журналистами
- Протоколы совещаний по ДКП
- Оценка эффективности прогнозирования раз в год
и ПР.



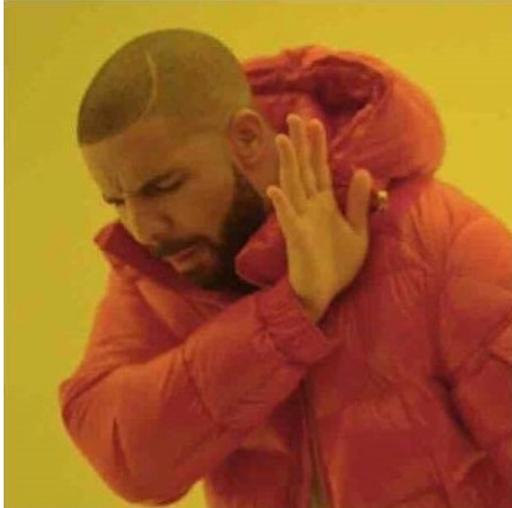
Рейтинги прозрачности центробанков

Прозрачность центробанков по методике Dincer&Eichengreen, 2023 год





Является ли прозрачность критически важной для центробанков?



- Высокая прозрачность нужна прежде всего центральным банкам в странах с низким доверием и долгим периодом нестабильной инфляции (Jensen (2002) и Van der Cruijssen et al (2010))
- Высокая прозрачность несет риски перегрузки информационного пространства избыточными деталями (Jensen (2002), Mishkin (2004))
- Во время кризисов избыточная коммуникация равносильна «крику о пожаре в переполненном театре» (Энди Холдейн)
- Активная коммуникация центробанка слишком сильно координирует действия агентов и может стать причиной их неверных решений (Morris and Shin (2002))
- Прозрачность центрального банка никак не влияет на уровень инфляции и разрыва выпуска (Demertzis & Hallett (2007))



- Большая прозрачность позволяет снижать волатильность финансовых рынков (Papadamou et al (2014))
- Высокий уровень прозрачности минимизирует колебания инфляции, повышает предсказуемость решений центрального банка и дает больше гибкости для реагирования на экономические шоки (Geraats (2001), Eijffinger and Geraats (2006), Dincer & Eichengreen (2014, 2019, 2022))
- Центральный банк должен быть прозрачным, чтобы обеспечивать свою подотчетность обществу (. Blinder et al. (2008))



‘Blinder spot’

Blinder (2009): «Возможно, пришло время, когда центральные банки и исследователи должны уделить больше внимания коммуникации с очень сложной аудиторией – с широкой общественностью»

Haldane (2018): «Спустя почти 10 лет, несмотря на быстрый рост коммуникации центральных банков с обществом... [она] еще остается слепым пятном»

(2024): ?



Выводы академических статей о коммуникации с населением

Economic papers

- Чем выше **информированность** агентов, тем выше их доверие к монетарным властям (Binder 2017; Haldane&McMahon 2018; Lamla & Vinogradov 2019)
- **Простой язык** приводит к большему доверию и улучшает качество коммуникации центрального банка (Blinder 2008; Ittner, Schubert 2008; Bholat, Broughton, Ter Meer, and Walczak 2019; Mochhoury 2023)
- **Избыточная техническая информация** об инструментах не способствует улучшению доверия со стороны населения (Brouwer, De Haan 2021)

Government communication papers

- Видео обращения руководства банка увеличивают интерес общества к решениям по денежно-кредитной политике, информации для широкой аудитории нужна **персонализация контента**, т.е. у публичной информации должно быть лицо (Swanson and Mancini, 1996)
- Спикеры вызывают больше доверия, когда они **аутентичны**: приводят примеры из собственной жизни, говорят честно и открыто, не боятся признавать свои ошибки.(Su, Ahmad, Wood 2020)
- Государственные институты для более стратегической коммуникации должны пересмотреть **формирование штата специалистов по коммуникации**, включая в их число не только журналистов, но и социологов, маркетологов, IT и др. (Sanders K., Canel M. J 2013)

Brand marketing & cognitive psychology papers

- Важно не только наличие у компании социальных сетей, но и то, каким образом она отвечает на комментарии, сколько в них **эмпатии** (Zehir , 2011)
- **Умение слушать** и коммуникации лицом к лицу – ключевые вещи. Компания должна иметь широкий набор инструментов обратной связи (Illes, Mathews, 2015)
- Коммуникация более успешна, когда вы разделяете **ценности** своей аудитории (Greenaway 2015)



Критерии открытости

А Открытость целей и ценностей



В Открытость содержания



С Открытость стиля общения



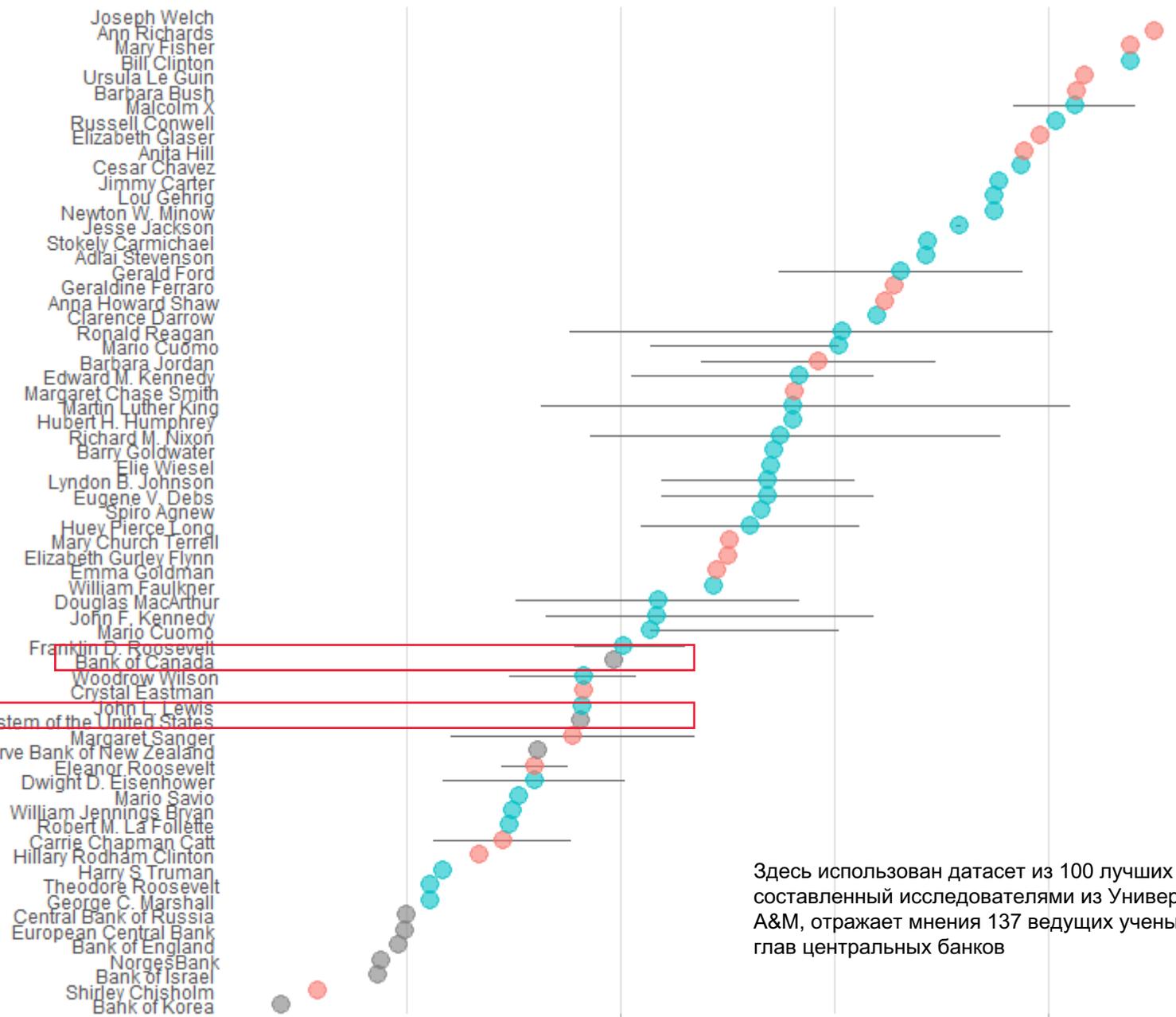
Д Открытость каналов коммуникации



Е Осознанность коммуникации



Speaker

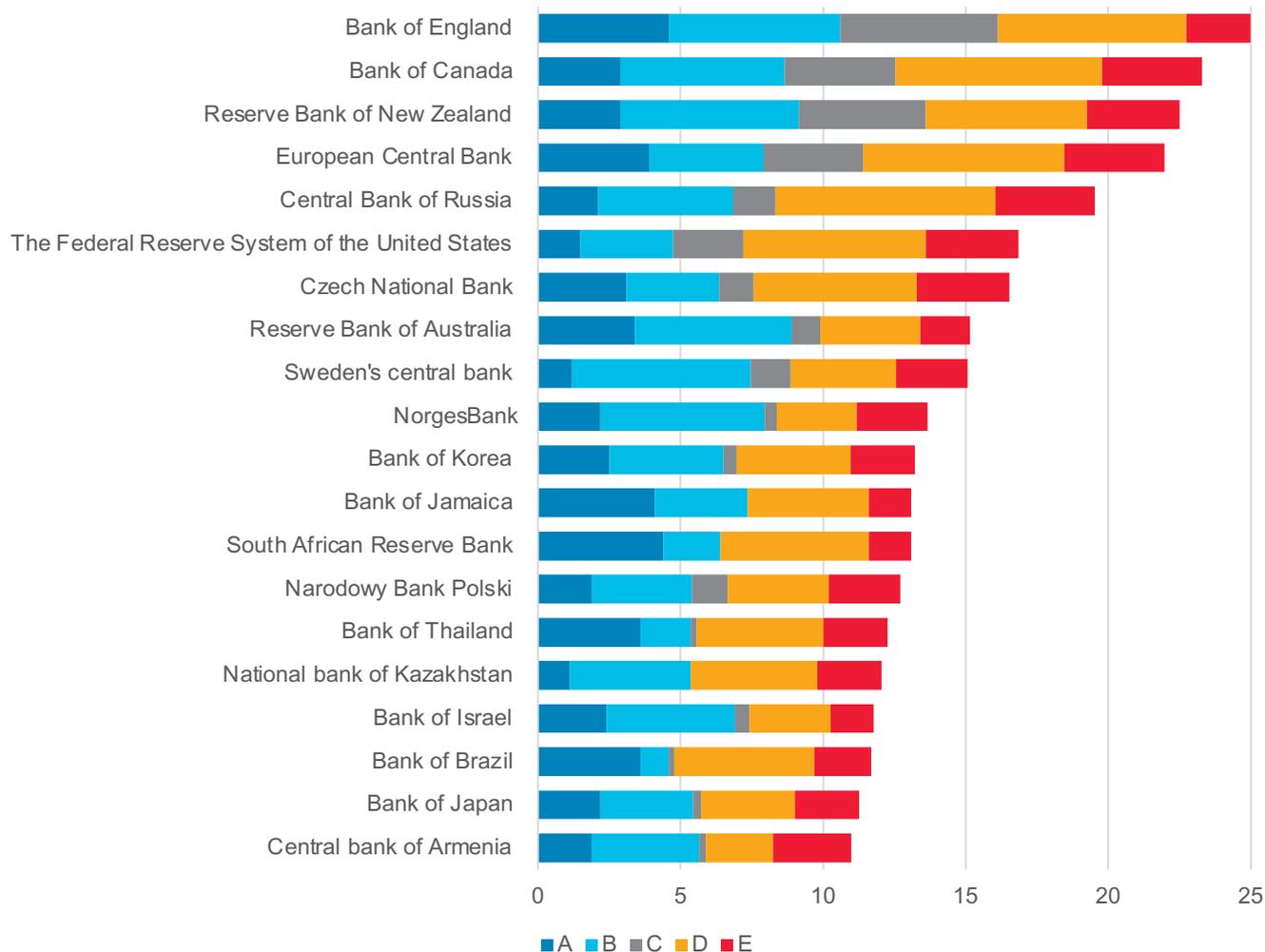


Насыщенность публичных выступлений личными местоимениями

Здесь использован датасет из 100 лучших речей XX века на английском языке (список, составленный исследователями из Университета Висконсин-Мэдисон и Техасского университета A&M, отражает мнения 137 ведущих ученых в области публичных выступлений в Америке) + речи глав центральных банков



Индекс прозрачности для широкой аудитории



Рейтинг по критериям А (раскрытие целей и ценностей), максимум – 6 баллов

Рейтинг по критериям В (открытость содержания коммуникации), максимум – 10 баллов

Рейтинг по критериям С (открытость стиля общения), максимум – 9 баллов

Рейтинг по критериям D (открытость каналов), максимум – 11 баллов

Рейтинг по критериям E (осознанность коммуникации), максимум – 5 баллов



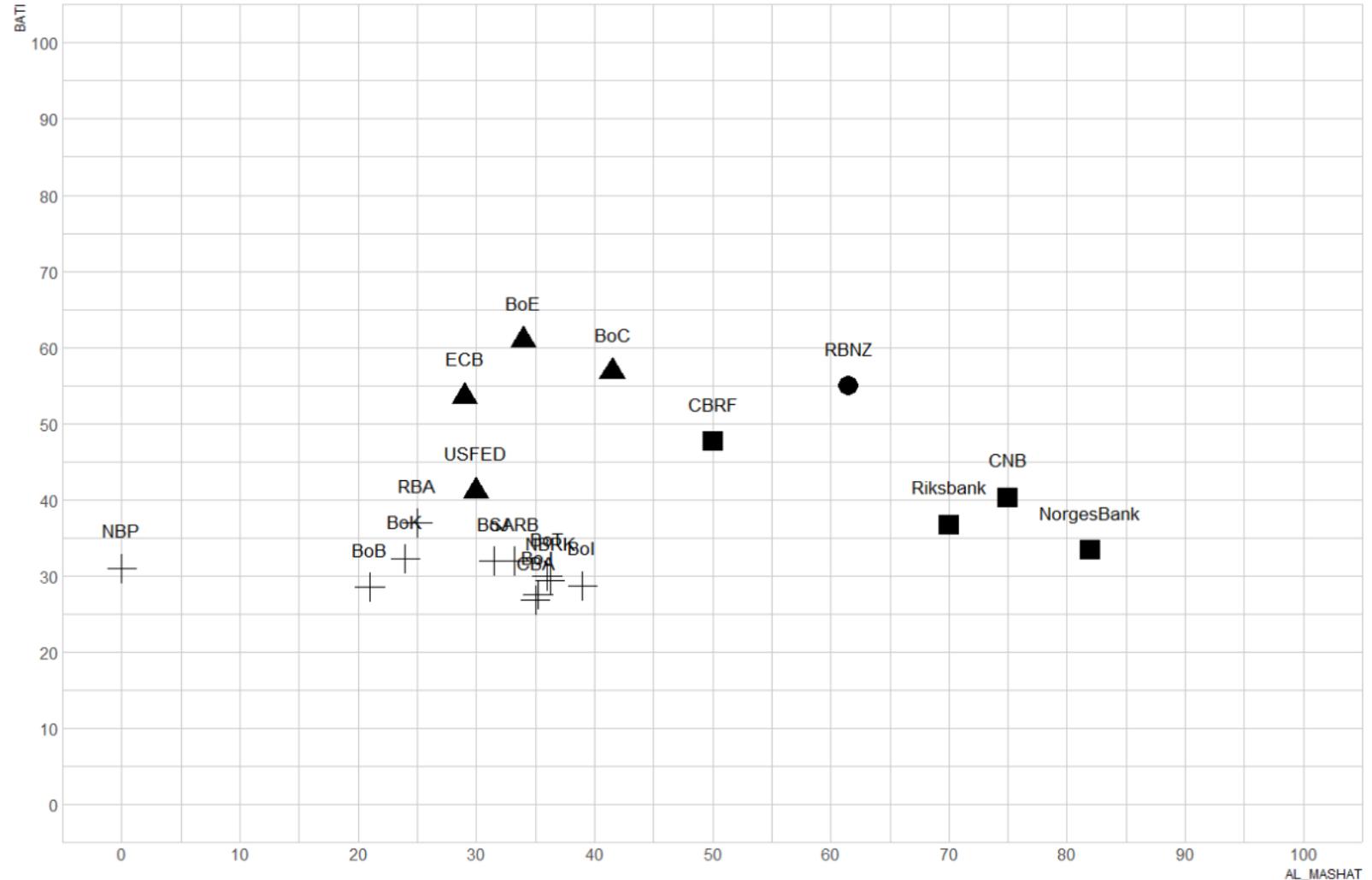
Кластеризация подходов центральных банков к прозрачности

● Центральные банки с высокой прозрачностью как для профессиональной, так и для широкой аудитории

▲ Центральные банки, ориентированные скорее на широкую аудиторию

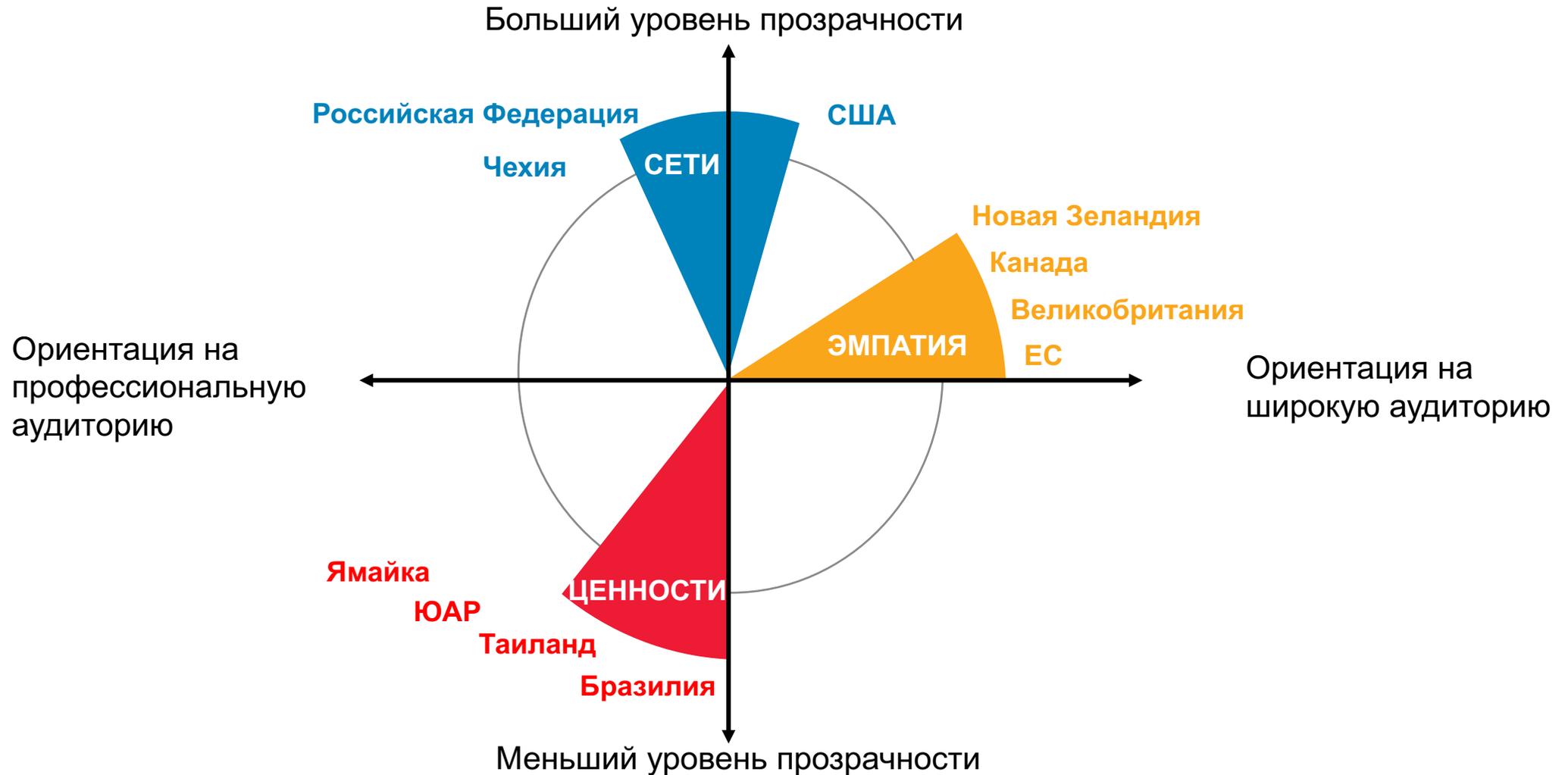
■ Центральные банки, ориентированные скорее на профессиональную аудиторию

+ Центральные банки с невысокой прозрачностью как для профессиональной, так и для широкой аудитории





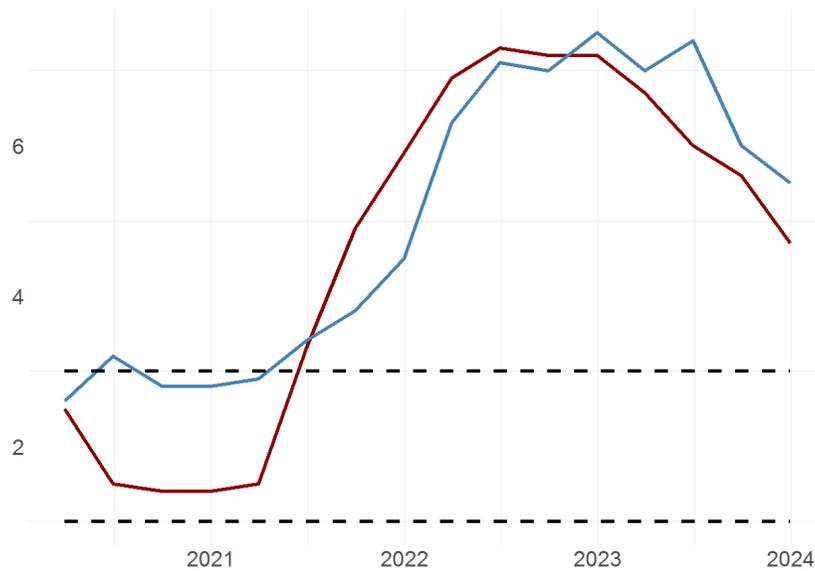
Медиастратегии центральных банков



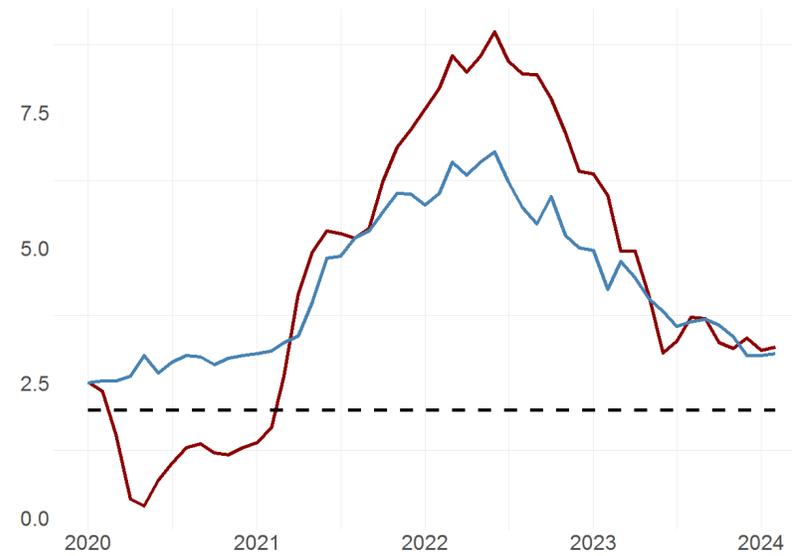


Влияет ли стратегия коммуникации на ИО д/х?

Reserve bank on New Zealand



US FED



— Инфляция

— Инфляционные ожидания д/х

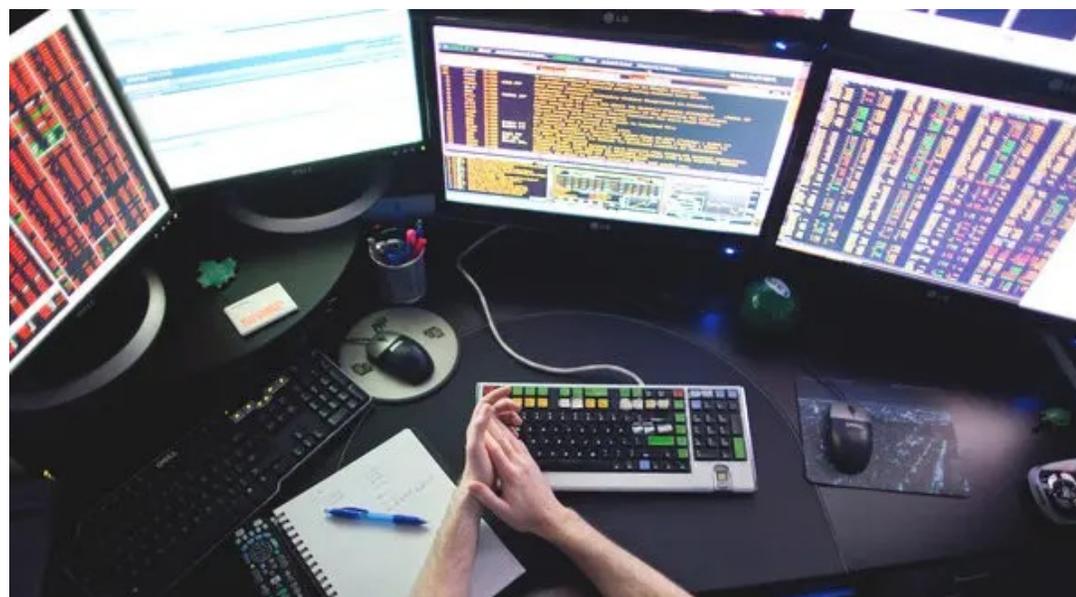
--- Таргет по инфляции



Будущее коммуникации как профессиональной деятельности



ОЖИДАНИЕ



РЕАЛЬНОСТЬ



Что почитать

1. Issing O. The long journey of central bank communication. – Mit Press, 2019.
2. Kynaston D. Till Time's Last Sand: A History of the Bank of England, 1694-2013
3. Lindsey D. E. A modern history of FOMC communication: 1975-2002. – 2003.
4. Todd T. A Corollary of Accountability: A History of FOMC Policy Communication. – 2016.
5. Buiter, W. 2013, "Forward Guidance: More than Old Wine in New Bottles and Cheap Talk?", Global Economics View, 25 September, Citi Research.



Банк России

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Алина Евстигнеева

Руководитель направления

Отдела стратегии и коммуникации

Департамента денежно-кредитной
политики Банка России

Дополнительные вопросы можно задать

по адресу EvstigneevaAG@cbr.ru

Или в Telegram: [@evstalina](https://www.instagram.com/evstalina)

Буду рада сотрудничеству!