Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal https://esj.today

2019, №6, Том 11 / 2019, No 6, Vol 11 https://esj.today/issue-6-2019.html

URL статьи: https://esj.today/PDF/73ECVN619.pdf

#### Ссылка для цитирования этой статьи:

Зеленева Е.С. Коммуникации как инструмент современной денежно-кредитной политики // Вестник Евразийской науки, 2019 №6, https://esj.today/PDF/73ECVN619.pdf (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

#### For citation:

Zeleneva E.S. (2019). Communications as an instrument of modern monetary policy. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 6(11). Available at: https://esj.today/PDF/73ECVN619.pdf (in Russian)

## УДК 336.7

### ГРНТИ 06.73.45

## Зеленева Елена Сергеевна

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия Аспирант Департамента финансовых рынков и банков E-mail: E.S.Zeleneva@yandex.ru РИНЦ: https://elibrary.ru/author\_profile.asp?id=933993

# Коммуникации как инструмент современной денежно-кредитной политики

Аннотация. В настоящее время многие страны мира перешли на режим инфляционного таргетирования, в том числе и Россия. Реализация данного режима денежно-кредитной политики требует обеспечения прозрачности деятельности центрального банка. Поэтому для повышения транспарентности своей политики центральные банки начинают активно применять коммуникации, обозначая их как отдельный инструмент денежно-кредитной политики. Следовательно, актуальность изучения проблемы использования коммуникаций выражается в необходимости их применения центральными банками в рамках режима инфляционного таргетирования для обеспечения прозрачности своих действий и повышения доверия населения. Под коммуникациями подразумевается взаимодействие центрального банка с населением с целью передачи информации по принимаемым действиям. В приведенном исследовании изучается содержание коммуникаций как инструмента денежно-кредитной политики, описываются регулярные и нерегулярные каналы передачи информации Центрального банка Российской Федерации. На основе анализа российской и зарубежной литературы выделяются преимущества и недостатки использования коммуникаций как Банком России, так и другими центральными банками. Результаты показывают, что посредством коммуникаций представляется возможным воздействовать на инфляционные ожидания населения, на уровень и волатильность ключевой ставки и даже на экономический рост. Кроме того, аргументируется возможность воздействия центрального банка на немонетарные факторы инфляции путем грамотного применения коммуникаций. Также выявлено, что важным условием эффективного применения коммуникаций является высокий уровень финансовой грамотности населения. На основе выводов из исследования в статье приводятся предложения для Центрального банка Российской Федерации по дальнейшему применению коммуникаций как инструмента денежно-кредитной политики.

**Ключевые слова:** денежно-кредитная политика; центральный банк; коммуникации; транспарентность; инфляционные ожидания; ключевая ставка; финансовая грамотность; экономический рост

Проблема исследования государственной денежно-кредитной политики актуальна всегда: и в период кризиса, и в период посткризисного восстановления, и в период роста. В настоящее время все больше исследований посвящается именно информационной составляющей денежно-кредитной политики. Колоссальный опыт применения различных инструментов монетарной политики в разных странах мира показал, что ни один из инструментов, таких как процентные ставки, нормы обязательного резервирования, валютные интервенции, операции на открытом рынке и др., не будет максимально эффективно оказывать влияние на денежную массу, инфляцию и экономический рост, если в стране существует низкий уровень доверия к политике центрального банка, часто сопровождающийся высокими инфляционными ожиданиями. Кроме того, многие страны мира перешли к режиму инфляционного таргетирования, проведение которого возможно лишь при условии открытости политики центрального банка [1]. Следовательно, обеспечение высокого уровня доверия населения к проводимой денежно-кредитной политике – актуальная задача каждого центрального банка, включая Банк России. Не случайно ЦБ РФ в документе «Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2020 год и период 2021 и 2022 годов» обозначил в качестве инструментов денежно-кредитной политики ключевую ставку и коммуникации. Именно посредством применения коммуникаций можно обеспечить доверия Банку благоприятные повышение К России, создавая ДЛЯ макроэкономического регулирования.

Рассмотрим подробнее инструмент коммуникаций. На сегодняшний день Банк России использует регулярные и нерегулярные каналы коммуникации в целях донесения информации о проводимой денежно-кредитной политики до населения. Регулярные каналы используются с точной периодичностью, а нерегулярные каналы не являются основополагающими и применяются по мере необходимости. К регулярным каналам можно отнести следующие:

- 1. Доклад о денежно-кредитной политике, где обосновывается принятие решений по денежно-кредитной политике в условиях современной российской и мировой экономики с учетом складывающихся инфляционных рисков. Выпускается ежеквартально.
- 2. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики. Здесь приводится краткое описание денежно-кредитной политики за прошедший год, подводятся её итоги, формируются сценарии экономического развития на последующие три года и приводятся варианты реализации денежно-кредитной политики в условиях данных сценариев. Формируются ежегодно.
- 3. Годовой отчет Банка России, представляющий собой подробную характеристику денежно-кредитной политики в прошедшем году. Публикуется ежегодно.
- 4. Пресс-релизы по итогам заседаний Совета директоров Банка России, где описывается текущая экономическая ситуация и даются разъяснения принимаемых Центральным Банком решений. Публикуются после каждого заседания Совета директоров Банка России.
- 5. Пресс-конференции Председателя по итогам заседаний Совета директоров Банка России, где также обсуждаются вопросы текущей денежно-кредитной политики в сформированных экономических условиях. Проходят ежеквартально.
- 6. Периодические издания Банка России. Здесь приводится статистическая информация (Статистический бюллетень Банка России), публикуются информационные сообщения, аналитика по различным вопросам, включая проблемы реализации денежно-

кредитной политики. Выпускаются как еженедельно (Вестник Банка России), так и ежеквартально, 2 раза в год, ежегодно.<sup>1</sup>

К нерегулярным каналам, где разъясняются принимаемые Центральным Банком решения, относятся:

- 1. Пресс-релизы по итогам внеочередных заседаний Совета директоров Банка России.
- 2. Выступления представителей Банка России в случае шоков или кризисных явлений.
- 3. Интервью представителей Банка России в СМИ.

Публикуемая информация доступна для каждого, её подробное изучение позволяет сформировать четкое видение проводимой денежно-кредитной политики [2]. При этом публика может либо обращаться напрямую к первоисточникам информации (к таковой относится наиболее финансово-грамотная часть населения, в частности, та часть, профессиональная деятельность которой зависит от принимаемых Банком России решений), либо получать «переработанную» информацию в изданиях СМИ. При этом чем выше степень освещения информации, генерируемой Центральным Банком, в СМИ, тем меньше разрыв в осведомленности о денежно-кредитной политике между различными слоями населения с разным уровнем финансовой грамотности.

Соответственно, в рамках применения инструмента коммуникаций, центральным банкам необходимо не только вовремя и в полной мере публиковать материалы о проводимой денежно-кредитной политике, но и анализировать публикации средств массовой информации. Однако Berger H., Ehrmann M. и Fratzscher M. в своей работе пишут, что СМИ часто преподносят переработанную информацию в неполном виде, «вырванную» из контекста. Причем наиболее широкая публика воспринимает именно публикации СМИ как истину, не уточняя детали в первоисточниках [3]. Отсюда может формироваться неверное представление о действиях центрального банка, что влияет на уровень доверия к его политике и инфляционные ожидания. Следовательно, информационная открытость центрального банка и прозрачность денежно-кредитной политики могут оказывать не только положительное влияние на создание условий для реализации макроэкономической политики, но и отрицательное.

Конкретизируем положительные и отрицательные стороны применения коммуникаций как инструмента денежно-кредитной политики. Сначала перечислим преимущества данного инструмента, а затем – недостатки.

Основным преимуществом использования информационной политики центральных банков можно считать возможность формирования уровня инфляционных ожиданий, удобного и необходимого для успешной реализации денежно-кредитной политики. Если центральный банк на протяжении длительного времени ставит целевые условия по инфляции и выполняет их посредством применения процентной политики, то у населения формируется высокий уровень доверия к деятельности данного центрального банка и, соответственно, уровень инфляционных ожиданий становится приближенным к установленному целевому значению [4]. О важности достижения поставленных целей по инфляции центральным банком писали Rodolfo N. и de Oliveira A.J. Они доказали, что коммуникации наиболее эффективны для денежно-кредитного регулирования, если уровень инфляции отклоняется от цели незначительно [5]. В случае высокой волатильности инфляции результативность инструмента коммуникаций значительно снижается. Соответственно, в странах, где волатильность

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Календарь основных событий. Официальный сайт ЦБ РФ. URL: <a href="http://cbr.ru/DKP/cal\_mp/">http://cbr.ru/DKP/cal\_mp/</a>.

инфляции высокая и коммуникации не показывают эффекта, возникают высокие инфляционные ожидания. Следовательно, даже небольшие потрясения экономики, такие как небольшое снижение курса национальной валюты, в этих странах могут привести к резкому росту инфляции [6]. В странах же с низкими инфляционными ожиданиями, соответствующими цели центрального банка, теоретически, незначительные макроэкономические изменения не повлияют на уровень инфляции. Отсюда следует, что применение коммуникаций необходимо для формирования инфляционных ожиданий при применении режима инфляционного таргетирования, коммуникации способны сгладить негативные шоки мировой экономики. Для иллюстрации данного преимущества приведем динамику курса российского рубля по отношению к доллару США, уровня инфляции и ключевой ставки в России за период 2013—2019 гг. (см. рисунок).



**Рисунок.** Динамика ключевой ставки, инфляции и курса рубля в России за 2013–2019 гг. (источник: составлено автором по данным ЦБ  $P\Phi^2$ )

По рисунку видно, что при резком падении национальной валюты в конце 2014 г. было потеряно доверие к политике Банка России, резко возросли инфляционные ожидания, за чем последовал скачок инфляции. Однако при проведении последовательной политики Центрального Банка, сопровождающейся улучшением макроэкономических показателей (как по причине эффективности денежно-кредитной политики, так и по причине естественного восстановления экономики), уровень доверия к банковской системе выровнялся [7]. Поэтому при небольшом (относительно 2014 г.) падении рубля в 2018 году не последовало резкого увеличения инфляции. Инфляция возросла почти на 2 %, но этот рост скорее связывают со сложившимися инфляционными ожиданиями из-за планируемого роста НДС [8]. Но данная ситуация еще не позволяет сделать вывод о формировании высокого уровня доверия к денежно-кредитной политике. Банку России по-прежнему необходимо выстраивать коммуникации в целях формирования статуса предсказуемого центрального банка.

После того, как была затронута тема повышения НДС в 2019 году в России, важно упомянуть и еще одно преимущество от использования коммуникаций центральными банками. Они помогают снизить инфляционные ожидания, вызванные не только монетарными, но и немонетарными факторами. Это особенно актуально для современной России, где удельный вес немонетарных факторов в инфляции выше, чем монетарных [9]. Например, рост цен может

\_

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Базы данных. Официальный сайт ЦБ РФ. URL: <a href="http://cbr.ru/hd\_base/">http://cbr.ru/hd\_base/</a>.

способствующей быть вызван ростом налоговой нагрузки, vвеличению производителей, которые включаются в цены конечных товаров и услуг, формируя инфляцию издержек [10]. Так, Банк России провел исследование возможного влияния роста НДС на уровень цен в 2019 г. И изложил полученные данные в Докладе об оценке влияния повышения основной ставки НДС на инфляцию. В документе Центральный Банк РФ привел опрос различных предприятий по плану повышения цен в связи с ростом НДС, составил прогноз роста НЛС в 2019 г. и отметил, что во многих зарубежных странах рост налоговой нагрузки не сопровождался ужесточением денежно-кредитной политики. Таким образом, данным Докладом Банк России дал понять, что с ростом основной ставки НДС с 18 % до 20 % должен произойти рост цен на 0,6-1,5 п.п. 3 Информируя об этом население, Центральный Банк способствовал сдерживанию инфляционных ожиданий. Результат немного превысил прогноз: инфляция возросла на 1,8 п.п., однако превышение небольшое, погрешность была допустима, поэтому можно считать, что Банк России сдержал скачок инфляционных ожиданий посредством публикации Доклада об оценке влияния повышения основной ставки НДС на инфляцию как канала коммуникации.

Как положительный эффект от применения коммуникаций в целях увеличения прозрачности центрального банка, эксперты отмечают и снижение процентных ставок, а также снижение волатильности процентных ставок, что обеспечивает благоприятный инвестиционный климат. Например, Montes G.C. и Gea C. провели исследование влияния прозрачности денежно-кредитной политики на процентные ставки и уровень их волатильности. В их модели были представлены данные по 48 странам мира, в том числе по 31 стране с развивающейся экономикой, за период с 1998 по 2014 гг. Анализ проводился как по всей выборке, так и отдельно по развивающимся странам. Результаты показали, что большей части исследуемых стран удалось повысить транспарентность центральных банков за указанный период. Соответственно, странах, где увеличилась прозрачность политики центрального банка, сократились процентные ставки и значительно снизилась их волатильность, так как в эффективности коммуникаций центральным банкам реже приходилось использовать ставку рефинансирования для регулирования экономики. Кроме того, данный эффект более выражен в странах с развивающейся экономикой. Авторы объясняют это тем, что в развивающихся странах выше уровень процентных ставок, и, соответственно, больше возможностей для их снижения [11]. Таким образом, исследователи доказали положительное влияние транспарентности центральных банков на процентные ставки, а транспарентность обеспечивается именно посредством коммуникаций.

Однако несмотря на перечисленные преимущества, коммуникации как инструмент денежно-кредитной политики могут иметь и недостатки.

Как отмечалось выше, посредством формирования высокого уровня доверия к денежнокредитной политике с помощью инструмента коммуникаций центральные банки сдерживают Однако инфляционные ожидания инфляционные ожидания. низкие экономическому росту [12]. Производители не ожидают роста цен на свою продукцию, поэтому не имеют стимула к наращиванию объемов выпуска. Да, в таком случае экономика развивается стабильно, но одной из главных задач любого государства является экономический рост. Например, Европейский Центральный Банк для наращивания производственной активности в настоящее время проводит политику стимулирования инфляции, однако сталкивается с трудностями достижения целевого уровня в связи с тем, что у населения сформировались слишком низкие инфляционные ожидания, препятствующие росту цен. ЕЦБ считает, что добиться стимулирования производства удастся при достижении инфляции уровня не выше

\_

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Доклад об оценке влияния повышения основной ставки НДС на инфляцию. Август 2018. Официальный сайт ЦБ РФ. URL: <a href="https://cbr.ru/content/document/file/47495/2018">https://cbr.ru/content/document/file/47495/2018</a> 01 nds.pdf.

2%, но близко к этому значению, однако за последние 3 месяца (сентябрь-ноябрь 2019) инфляция в Европе не достигала значения выше 0,8%. Кроме того, исследователи предполагают, что даже уровень инфляции в 2% слабо повлияет на экономический рост. Доказывается, что наиболее эффективным для экономики является уровень инфляции в 3–4% [13]. Данный пример подтверждает, что высокая прозрачность политики центрального банка не всегда обеспечивает желаемые макроэкономические показатели. Транспарентность денежно-кредитной политики может привести к слишком низким инфляционным ожиданиям, сдерживающим производственную активность. Но важно отметить, что посредством применения коммуникаций центральный банк может и повысить инфляционные ожидания. Однако политика применения этого инструмента должна быть грамотной и взвешенной, не провоцирующей резкий скачок инфляции, который негативно отразится как на экономике, так и на доверии к центральному банку [14].

В некоторых странах мира, например в Бразилии, Великобритании, Колумбии, Таиланде, Японии, в рамках коммуникационной политики центральные банки приводят протоколы заседаний комитетов по денежно-кредитной политике, публикации о распределении голосов на этих заседаниях. Одни исследователи считают, что такая политика позволяет увеличить прозрачность принимаемых решений, что повышает уровень доверия к центральному банку [15]. Но другие ученые приходят к выводу, что такая открытость, наоборот, повышает неопределенность относительно проведения денежно-кредитной политики, если взгляды членов комитета сильно отличаются. Кроме того, информация, используемая для принятия решений, не всегда объективна и совершенна, поэтому ее публикация в протоколах заседаний может привести к волатильности рынков и снижению эффективности монетарной политики [16]. Следовательно, для снижения такого негативного эффекта коммуникаций необходимо публиковать исключительно ту информацию, которая обоснована, доказана и не вызывает двоякого восприятия.

Также важно отметить, что недостатком коммуникаций является ограниченность аудитории, воспринимающей информацию центрального банка. Стиль изложения результатов, планов и прогнозов денежно-кредитной политики обычно понятен только части населения [17]. Это связано с уровнем грамотности, а особенно с уровнем финансовой грамотности. Так, аналитический центр НАФИ в 2018 году провел оценку финансовой грамотности населения. Для этого эксперты центра рассчитали индекс финансовой грамотности, который в России составил 12,1 балл при максимальном 21 балле. Совокупный индекс складывался из трех частных индексов. Частный индекс «Знания» отражает теоретическое знакомство с основными финансовыми продуктами (кредиты и депозиты), понятием инфляции, риска и доходности. Индекс «Навыки» означает способность принимать финансовые решения в повседневной жизни. Индекс «Установки» показывает разумность и обоснованность финансовых планов.

Таким образом, совокупное значение частных индексов для населения России составляет 12.1 балл. Аналитики утверждают, что по данному индексу Россия находится на 9 месте среди стран G20, а значение индекса финансовой грамотности близко к среднему по странам «Большой двадцатки» – 12,7. Значительно опережают Россию по этому показателю Франция с индексом 14,9 и Канада – 14,6. 4 Следовательно, повышение финансовой грамотности – актуальная задача Банка России и других стран мира [18]. Чем выше будет финансовая грамотность населения, тем правильнее оно будет воспринимать коммуникационные сигналы центрального банка, и тем эффективнее будет денежно-кредитная политика. Кроме того, в некоторых странах практикуется коммуникация центрального банка с населением через порталы, где монетарная политика описывается доступным языком [19].

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Рейтинг финансовой грамотности регионов России – 2018. Аналитический центр НАФИ. URL: <a href="https://nafi.ru/projects/finansy/reyting-finansovoy-gramotnosti-regionov-rossii-2018/">https://nafi.ru/projects/finansy/reyting-finansovoy-gramotnosti-regionov-rossii-2018/</a>.

Например, Банк Англии ведет проект «Bank Underground». На сайте проекта в небольших статьях разъясняется и иллюстрируется политика центрального банка, новации на финансовом рынке, приводятся советы для финансового планирования и инвестирования и т. д. Некоторые исследователи заявляют, что информация на данном портале всё равно сложна для восприятия населением [20]. Однако идея введения подобного проекта может быть полезной для других стран, где могут быть учтены недоработки Банка Англии, и, возможно, удастся сделать информацию более доступной для основной массы населения. Таким образом, с одной стороны, центральным банкам необходимо развивать мероприятия по повышению финансовой грамотности населения, а с другой стороны, дублировать публикации планов и итогов проводимой политики на понятном населению языке.

Подытожим, что коммуникации – это современный инструмент денежно-кредитной обязательный к применению при переходе к режиму инфляционного таргетирования. Однако коммуникации, как и любой инструмент экономического регулирования, имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Так, коммуникации формированию уровня инфляционных ожиданий, необходимого способствуют эффективного проведения денежно-кредитной политики. Посредством коммуникаций центральным банкам удается регулировать не только монетарную, но и немонетарную составляющую инфляции. Эффективное применение коммуникаций в большинстве случаев ведет к снижению процентных ставок и снижению их волатильности. При этом к негативным моментам можно отнести то, что коммуникации могут привести к установлению слишком низких инфляционных ожиданий, сдерживающих экономический рост. Чересчур высокая транспарентность монетарной политики порождает неопределенность в действиях центрального банка, например, если публикуются распределения голосов комитета денежнокредитной политики. А также коммуникационные каналы часто непонятны основной массе населения, что снижает их эффективность.

Следовательно, коммуникации требуют грамотного и обоснованного применения с целью повышения эффективности денежно-кредитной политики. Коммуникации как инструмент монетарной политики необходимо применять во всех странах, практикующих инфляционное таргетирование, в том числе и в России. Так, в качестве рекомендаций Центральному банку РФ можно предложить:

- Сохранять цель по инфляции на уровне 4 %, так как именно такая инфляция безопасна для экономики и стимулирует экономический рост.
- Продолжать избегать публикации распределения голосов на заседаниях, потому что эта информация может привести к снижению доверия к Банку России.
- Создать портал по примеру проекта Банка Англии «Bank Underground», где будут доступно и кратко излагаться цели и результаты денежно-кредитной политики.
- Продолжать мероприятия по повышению финансовой грамотности населения. Например, совместно с Министерством Образования РФ разработать обязательную учебную дисциплину для школьников, где будут преподаваться основы финансовой грамотности. Это позволит повысить уровень финансовой грамотности населения в долгосрочной перспективе.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамова М.А., Дубова С.Е., Захарова О.В., Ершов М.В., Лаврушин О.И. Об основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политики

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup>Официальный сайт Bank Underground. URL: <a href="https://bankunderground.co.uk/">https://bankunderground.co.uk/</a>.

- на 2020 год и период 2021 и 2022 годов: мнение экспертов Финансового университета // Экономика. Налоги. Право. 2019. Т. 12. № 1. С. 6–19.
- 2. Ватолин Д.О. О некоторых аспектах транспарентности центральных банков // Финансовая экономика. 2019. № 5. С. 346–348.
- 3. Berger H., Ehrmann M., Fratzscher M. Monetary Policy in the Media // Journal of Money, Credit and Banking. 2011. Vol. 43. №4.
- 4. Евдокимова Т., Жирнов Г., Клавер И. Влияние степени заякоренности инфляционных ожиданий и транспарентности денежно-кредитной политики на инфляцию в период нестабильности на развивающихся рынках летом 2018 г. // Деньги и кредит. 2019. Т. 78. № 3. С. 71–88.
- 5. Rodolfo N., de Oliveira A.J. Inflation volatility, monetary policy signaling and clarity of the central bank communication // Journal of Economic Studies, Volume 46 (2): 18 Mar 4, 2019.
- 6. Картаев Ф.С. Увеличивает ли управление валютным курсом эффективность инфляционного таргетирования? // Деньги и кредит. 2017. № 2. С. 63–68.
- 7. Зеленева Е.С. Совершенствование денежно-кредитной политики Банка России в целях обеспечения устойчивого экономического роста // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 7 (125). С. 8.
- 8. Калинин А. О Воздействии увеличения ставки НДС на уровень цен // Общество и экономика. 2019. № 9. С. 95–103.
- 9. Терентьева Т.О., Куртсеитова Л.Т. Анализ влияния повышения НДС на покупательскую способность российского потребителя // Global and Regional Research. 2019. Т. 1. № 2. С. 433–438.
- 10. Khuramova A.A. Targeting inflation: goals and content // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 5–3. С. 141–143.
- 11. Montes, G.C. and Gea C. Central bank transparency, inflation targeting and monetary policy: A panel data approach // Journal of Economic Studies. 2018 Vol. 45. №6. pp. 1159–1174.
- 12. Salomon Fiedler, Klaus-Jürgen Gern, Nils Jannsen, and Maik Wolters. Growth prospects, the natural interest rate, and monetary policy // Economics: The OpenAccess, Open-Assessment E-Journal. 2019. №13. pp. 1–34.
- 13. Jean-Philippe Bouchaud, Stanislao Gualdi, Marco Tarzia, and Francesco Zamponi. Optimal inflation target: insights from an agent-based model. Economics: The Open-Access, Open-Assessment E-Journal. 2018. № 12. pp. 1–26.
- 14. Моисеев С.Р. Одиссея инфляционного таргетирования: к новым вызовам денежно-кредитной политики // Вопросы экономики. 2017. № 10. С. 50–70.
- 15. Grimaldi M., Apel M. How Informative are Central Bank Minutes? // Review of Economics. 2014. № 65 (1). pp. 53–76.
- 16. Кузнецова О.С., Мерзляков С.А. Коммуникационные каналы Банка России в контексте мирового опыта // Деньги и кредит. 2015. № 12. С. 34—39.
- 17. Цветова Г.В. Финансовое поведение и потребность в повышении финансовой грамотности // Власть и управление на Востоке России. 2016. № 2 (75). С. 57–64.
- 18. Носаленко П.А., Петривская А.В. Финансовая грамотность населения как фактор устойчивости финансового сектора страны // Наука, образование и культура. 2019. № 5 (39). С. 21–23.
- 19. Майборода Т. Поведенческие подходы центральных банков к реализации денежно-кредитной политики // Банковский вестник. 2019. № 6 (671). С. 7–13.
- 20. Stankova, O.I. Frontiers of Economic Policy Communications // Departmental Paper No.19/08. May 21, 2019.

## Zeleneva Elena Sergeevna

Financial university under the government of the Russian Federation, Moscow, Russia E-mail: E.S.Zeleneva@yandex.ru

## Communications as an instrument of modern monetary policy

Abstract. Currently, many countries of the world have switched to the inflation targeting, including Russia. The implementation of this monetary policy regime requires the transparency of a central bank. Therefore, to increase the transparency of their policies, central banks are beginning to use communications as a separate instrument of monetary policy. Consequently, the relevance of studying the problem of using communications is expressed in the need for their use by central banks in the framework of the inflation targeting regime to ensure transparency of their actions and to increase public confidence. Communications means the interaction of a central bank with the population in order to transmit information on the actions taken. The above study examines the content of communications as an instrument of monetary policy, describes regular and irregular channels for transmitting information of the Central Bank of the Russian Federation. Based on the analysis of Russian and foreign literature, the advantages and disadvantages of using communications by the Bank of Russia and other central banks are highlighted. The results show that through communications it is possible to influence the inflationary expectations of the population, the level and volatility of the key rate and economic growth. In addition, the possibility of a central bank influencing non-monetary inflation factors through the competent use of communications is argued. It was also revealed that an important condition for the effective use of communications is a high level of financial literacy of the population. Based on the findings of the study, the article provides suggestions for the Central Bank of the Russian Federation on the further use of communications as an instrument of monetary policy.

**Keywords:** monetary policy; central bank; communications; transparency; inflation expectations; key rate; financial literacy; economic growth