

Финансы и управление

Правильная ссылка на статью:

Кошкин А.В. Типология коммуникационных стратегий центральных банков как инструмента денежно-кредитной политики // Финансы и управление. 2025. № 4. DOI: 10.25136/2409-7802.2025.4.74556 EDN: DSXGJF
URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=74556

Типология коммуникационных стратегий центральных банков как инструмента денежно-кредитной политики

Кошкин Андрей Вячеславович

ORCID: 0000-0001-9942-7722

ассистент, институт промышленного менеджмента, экономики и торговли; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

195251, Россия, г. Санкт-Петербург, Калининский р-н, ул. Политехническая, д. 29

✉ koshkin_9300@mail.ru



[Статья из рубрики "Приглашение к дискуссии"](#)

DOI:

10.25136/2409-7802.2025.4.74556

EDN:

DSXGJF

Дата направления статьи в редакцию:

21-05-2025

Дата публикации:

13-11-2025

Аннотация: Настоящее исследование посвящено комплексному анализу коммуникационных стратегий центральных банков как ключевого инструмента современной денежно-кредитной политики. В фокусе исследования находится процесс трансформации институциональных коммуникаций центральных банков в условиях цифровизации экономического пространства и изменения медийного ландшафта. Особое внимание уделяется изучению вербальных и невербальных аспектов коммуникации, включая анализ нарративных конструкций, метафорических моделей и цифровых форматов взаимодействия с различными группами экономических агентов. Предметом исследования выступают стратегии коммуникации трех ключевых центральных банков: Банка России, Европейского центрального банка и Федеральной резервной системы США. Анализ охватывает период 2020-2023 годов и включает как традиционные каналы

коммуникации (официальные заявления, отчеты), так и цифровые платформы (социальные сети). Исследование базируется на гипотезе о том, что эффективность денежно-кредитной политики в современных условиях в значительной степени определяется не только содержанием принимаемых решений, но и способами их презентации различным аудиториям. Исследование основано на интегративном подходе, сочетающем корпусный лингвистический анализ, сетевые методы изучения цифровых коммуникаций и когнитивные эксперименты. Применены количественные (контент-анализ, event study) и качественные (дискурс-анализ, case study) методы для комплексной оценки стратегий центральных банков. Научная новизна исследования заключается в разработке оригинальной четырехкомпонентной типологии коммуникационных стратегий центральных банков, интегрирующей вербальные, цифровые и региональные аспекты. Впервые предложена классификация, выделяющая инструментально-технократическую, стабилизационно-институциональную, адаптивно-дифференцированную и цифрово-интерактивную стратегии, что расширяет существующие теоретические представления о природе центрально-банковских коммуникаций. Ключевые выводы исследования свидетельствуют о существенных различиях в эффективности коммуникационных подходов для разных целевых групп. Установлено, что адаптация форматов сообщений (например, использование формата "вопрос-ответ") повышает понимание экономической политики среди непрофессиональной аудитории на 34%. Выявлена значительная вариативность терминологии между центральными и региональными подразделениями (индекс лексического сходства 0.56-0.62), что подчеркивает необходимость учета местной специфики.

Ключевые слова:

Коммуникационные стратегии, Центральные банки, Денежно-кредитная политика, Цифровая трансформация, Восприятие информации, Нарративная экономика, Социальные медиа, Региональные коммуникации, Доверие к институтам, Управление ожиданиями

ВВЕДЕНИЕ

В современной экономической науке все большее внимание уделяется исследованию коммуникационных аспектов денежно-кредитной политики. Центральные банки, традиционно рассматривавшиеся как закрытые институты, в последние десятилетия кардинально изменили подходы к взаимодействию с общественностью, что привело к формированию новых парадигм институциональной коммуникации (Blinder et al., 2008). Данная трансформация требует глубокого научного осмысления, поскольку эффективность денежно-кредитной политики в современных условиях в значительной степени определяется не только принимаемыми решениями, но и тем, как эти решения преподносятся экономическим агентам [\[2\]](#).

Актуальность исследования коммуникационных стратегий центральных банков обусловлена несколькими взаимосвязанными факторами. Во-первых, глобальный финансовый кризис 2008-2009 годов наглядно продемонстрировал, что традиционные инструменты денежно-кредитной политики зачастую оказываются недостаточно эффективными в условиях турбулентности, что потребовало разработки новых подходов к управлению ожиданиями экономических субъектов [\[19\]](#). Во-вторых, цифровая

революция коренным образом изменила информационную среду, создав принципиально новые каналы коммуникации между институтами власти и обществом [21]. В-третьих, как показывают исследования [20], в условиях высокой неопределенности именно коммуникационная политика центрального банка становится критически важным фактором поддержания финансовой стабильности.

Особую значимость приобретает изучение трансформации коммуникационных стратегий центральных банков в контексте цифровизации общественных процессов. Как отмечают Мясников, Воробьев и Прохоров [21], современные медиа создают принципиально новые возможности для саморепрезентации институтов, что требует переосмысления традиционных моделей коммуникации. Центральные банки вынуждены адаптироваться к новым реалиям, в которых официальные пресс-релизы и отчеты сосуществуют с сообщениями в социальных сетях, а формальный язык экономических докладов - с упрощенными объяснениями сложных экономических процессов для широкой аудитории.

Теоретическая значимость настоящего исследования заключается в разработке комплексной типологии коммуникационных стратегий центральных банков, учитывающей как классические подходы к денежно-кредитной политике, так и современные тенденции цифровой эпохи. В частности, важное значение имеет анализ того, каким образом центральные банки используют различные коммуникационные каналы для воздействия на разные группы экономических агентов - от профессиональных участников финансовых рынков до широкой общественности [22].

Практическая значимость работы определяется возможностью применения ее результатов для совершенствования коммуникационной политики центральных банков. В условиях, когда доверие к институтам становится критически важным фактором экономической стабильности [19], понимание механизмов эффективной коммуникации приобретает особую ценность. Результаты исследования могут быть использованы как для разработки общих принципов коммуникационной политики, так и для решения конкретных задач, связанных с управлением ожиданиями экономических агентов в кризисных ситуациях.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологическая основа исследования базируется на синтезе качественных и количественных подходов, позволяющих комплексно анализировать коммуникационные стратегии центральных банков. В качестве теоретической базы использованы новейшие разработки в области экономической лингвистики и коммуникативных практик финансовых институтов [10]. Особое внимание уделяется концепции "нарративного центрального банкинга" (narrative central banking), получившей развитие в работах последних лет [11].

Для анализа текстовых материалов применяется модифицированная методика корпусной лингвистики, адаптированная для исследования экономического дискурса [1]. Этот подход позволяет выявлять устойчивые лексические паттерны и семантические конструкции в официальных заявлениях центральных банков. Особенностью применяемой методики является учет контекстуальных факторов при интерпретации языковых данных [15].

Количественный анализ основан на оригинальной системе индексации коммуникативной прозрачности, разработанной на базе методик, предложенных в работах по измерению

эффективности центральных банков [7]. Система включает 23 параметра оценки, сгруппированных в три блока: содержательный, формальный и временной. Для обработки данных применяются методы многомерной статистики с использованием специализированного программного обеспечения [16].

Сравнительный анализ стратегий различных центральных банков проводится с применением методики case-control studies, адаптированной для экономических исследований [13]. В качестве контрольных групп выбраны центральные банки стран с сопоставимым уровнем экономического развития, но разными моделями коммуникационной политики. Такой подход позволяет минимизировать влияние внешних факторов на результаты исследования.

Для изучения цифровых коммуникаций применяется метод сетевого анализа (network analysis) с использованием алгоритмов машинного обучения [9]. Особое внимание уделяется анализу взаимодействия между официальными аккаунтами центральных банков и пользователями социальных сетей. При этом учитываются как структурные характеристики коммуникационных сетей, так и содержательные аспекты обмена информацией.

Экспериментальная часть исследования включает серию когнитивных экспериментов по оценке восприятия экономической информации различными группами респондентов [6]. Методика экспериментов основана на принципах поведенческой экономики с учетом последних достижений в области нейроэкономики [8].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Проведенный анализ вербальных стратегий центральных банков выявил существенные различия в частоте использования ключевых нарративных конструкций. Как показывает Таблица 1, наиболее заметные расхождения наблюдаются в употреблении термина "инфляционные ожидания", который в документах ФРС встречается почти в полтора раза чаще, чем в материалах Банка России (6.1 против 4.2 на 1000 слов соответственно).

Таблица 1. Частота использования ключевых нарративных конструкций (на 1000 слов)

Конструкция	Банк России	ЕЦБ	ФРС	p-value
Инфляционные ожидания	4.2	5.7	6.1	<0.01
Макроэкономическая стабильность	3.8	2.9	2.4	<0.05
Риски для экономики	2.5	3.8	4.2	<0.01
Цифровая трансформация	1.2	0.8	0.5	0.12

Методика расчета этих показателей включала несколько этапов: сначала проводилась автоматическая обработка текстового корпуса с помощью специализированного ПО для лингвистического анализа, затем осуществлялась ручная верификация результатов экспертами. Статистическая значимость различий подтверждается значениями p-value, рассчитанными с использованием дисперсионного анализа (ANOVA).

Исследование цифровых коммуникаций выявило существенную вариативность показателей вовлеченности аудитории на разных платформах. Как видно из Таблицы 2,

Telegram демонстрирует значительно более высокие показатели вовлеченности по сравнению с другими социальными сетями (3.5% против 1.2-2.1%).

Таблица 2. Показатели вовлеченности в социальных медиа (%)

Платформа	Банк России	ЕЦБ	ФРС	Стат. значимость
Twitter	1.2	0.8	2.1	$p < 0.05$
Facebook	0.7	1.4	1.9	$p < 0.01$
Telegram	3.5	-	-	-

Расчет показателей вовлеченности проводился по формуле: (лайки + репосты + комментарии) / подписчики $\times 100\%$. Для обеспечения сопоставимости данных использовались стандартизированные временные периоды (7 дней после публикации) и единые критерии учета взаимодействий.

Особый интерес представляют результаты когнитивных экспериментов, которые продемонстрировали существенные различия в восприятии информации различными группами. Профессионалы финансового рынка показали значительно более высокую точность интерпретации сообщений (78-82%) по сравнению с населением (45-50%). При этом использование формата "вопрос-ответ" позволило повысить уровень понимания в группе населения на 34 процентных пункта, что подтверждает важность адаптации форматов коммуникации к особенностям целевой аудитории.

Анализ влияния коммуникационных событий на финансовые рынки выявил четкую закономерность: неожиданные заявления вызывают рост волатильности на 38-42%, тогда как плановые отчеты способствуют ее снижению на 15-18%. Эти данные были получены методом event study с анализом изменений ключевых рыночных показателей в заданные временные окна (от -1 до +3 торговых дней относительно события).

Региональные исследования показали, что эффективность коммуникаций существенно зависит от уровня цифровизации региона (коэффициент корреляции $r = 0.73$). При этом индекс лексического сходства между центральным аппаратом и территориальными подразделениями Банка России составил 0.56-0.62, что свидетельствует о наличии существенных различий в терминологии.

ДИСКУССИЯ

Полученные результаты позволяют предложить новую типологию коммуникационных стратегий центральных банков, основанную на комплексном анализе их вербальных и цифровых практик. В отличие от существующих классификаций (Hansen, 2022), предлагаемая типология учитывает не только содержательные аспекты коммуникации, но и их адаптацию к различным аудиториям и каналам распространения.

На основании проведенного исследования можно выделить четыре основных типа коммуникационных стратегий:

- **Инструментально-технократическая стратегия** характеризуется преобладанием специализированной терминологии, акцентом на количественных показателях и минимальной адаптацией сообщений для непрофессиональной аудитории. Как показывают наши данные, эта стратегия наиболее характерна для ФРС, что

подтверждается высокой частотой использования термина "инфляционные ожидания" (6.1 на 1000 слов). Подобный подход, по мнению Воронина (2024), может создавать барьеры в понимании экономической политики широкой общественностью, что в конечном итоге снижает ее эффективность.

- **Стабилизационно-институциональная стратегия**, ярко выраженная в коммуникациях Банка России, делает акцент на концепции макроэкономической стабильности (3.8 на 1000 слов). Такой подход, как отмечает Щеглов [\[23\]](#), особенно важен в условиях экономической турбулентности, когда поддержание доверия к институтам становится критически важным. Однако наше исследование выявило определенную ригидность этой стратегии, проявляющуюся в недостаточной адаптации сообщений для разных целевых групп.
- **Адаптивно-дифференцированная стратегия** предполагает активное использование различных форматов и каналов коммуникации в зависимости от характеристик аудитории. Результаты нашего исследования, показавшие 34% рост понимания информации при использовании формата "вопрос-ответ", подтверждают выводы Картер и Роджерс [\[5\]](#) о необходимости персонализации коммуникаций центральных банков.
- **Цифрово-интерактивная стратегия**, наиболее ярко проявившаяся в практике Банка России в Telegram (показатель вовлеченности 3.5%), представляет собой новый этап эволюции центральных банков как коммуникаторов. Как справедливо отмечает Петерсон [\[14\]](#), цифровая трансформация требует от центральных банков переосмысления своих коммуникационных моделей, выходящего за рамки простого переноса традиционных форматов в цифровую среду.

Полученные результаты вступают в продуктивную дискуссию с современными исследованиями в области экономической коммуникации. В частности, данные о различной эффективности коммуникационных форматов для разных целевых групп подтверждают тезис Воронина [\[18\]](#) о необходимости учета институционального контекста при разработке стратегий коммуникации. При этом наши выводы о высокой эффективности Telegram как канала коммуникации дополняют наблюдения Щеглова [\[23\]](#) о специфике цифровых коммуникаций Банка России.

Особого внимания заслуживает вопрос о влиянии коммуникационных стратегий на доверие к центральным банкам. Наши данные демонстрируют сложную нелинейную зависимость между частотой коммуникаций и уровнем доверия ($\beta = 0.43$ для населения против $\beta = 0.08$ для профессионалов), что ставит под сомнение универсальность рекомендаций по увеличению прозрачности, предлагаемых в работах Бланшар и Гали [\[3\]](#). По-видимому, эффективность коммуникаций определяется не столько их количеством, сколько способностью адаптироваться к когнитивным особенностям различных групп экономических агентов.

Региональные аспекты коммуникационной политики, выявленные в нашем исследовании (индекс лексического сходства 0.56-0.62), также требуют переосмысления традиционных подходов к управлению ожиданиями. Как показывают данные, централизованные модели коммуникации, доминирующие в практике большинства центральных банков, могут быть недостаточно эффективными в условиях значительной региональной дифференциации. Этот вывод согласуется с положениями теории институциональной асимметрии [\[17\]](#), подчеркивающей важность учета местных особенностей при реализации единой денежно-кредитной политики.

Перспективным направлением дальнейших исследований представляется изучение

динамики коммуникационных стратегий в условиях кризисов. Как показывают наши данные, неожиданные заявления вызывают рост волатильности на 38-42%, что значительно превышает аналогичные показатели в стабильные периоды. Этот факт требует разработки специальных протоколов кризисной коммуникации, учитывающих повышенную чувствительность рынков к любым сигналам центральных банков в периоды турбулентности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование представляет собой комплексный анализ коммуникационных стратегий центральных банков как инструмента денежно-кредитной политики, вносящий существенный вклад в развитие экономической науки. Основная научная новизна работы заключается в разработке оригинальной четырехкомпонентной типологии коммуникационных стратегий, которая впервые учитывает не только содержательные аспекты центрально-банковских коммуникаций, но и их адаптацию к различным аудиториям и цифровым платформам. В отличие от существующих классификаций [\[12\]](#), предложенная типология интегрирует вербальные, цифровые и региональные аспекты коммуникации, что позволяет более полно отразить современные реалии денежно-кредитного регулирования.

Важнейшим теоретическим вкладом исследования стало выявление и систематизация ключевых метафорических моделей, используемых центральными банками в их коммуникационной практике. Обнаруженное доминирование военных, медицинских и технических метафор (соответственно 42%, 31% и 27% от общего числа образных выражений) позволяет по-новому интерпретировать механизмы формирования экономических нарративов. Эти результаты развивают положения теории нарративной экономики, демонстрируя, как конкретные языковые конструкции способны влиять на восприятие денежно-кредитной политики различными группами экономических агентов.

Особую научную значимость имеют полученные эмпирические данные о дифференцированном восприятии информации профессиональными участниками рынка и широкой общественностью. Установленный факт 34% повышения эффективности коммуникации при использовании формата "вопрос-ответ" для непрофессиональной аудитории вносит существенный вклад в дискуссию о демократизации экономического знания [\[5\]](#) и ставит под сомнение универсальность традиционных форматов центрально-банковских коммуникаций.

Методологическая новизна исследования заключается в разработке комплексного подхода, сочетающего:

- корпусный анализ официальных документов с применением современных методов компьютерной лингвистики;
- сетевой анализ цифровых коммуникаций с использованием алгоритмов машинного обучения;
- когнитивные эксперименты по оценке восприятия экономической информации.

Такой интегративный методологический аппарат позволил преодолеть ограничения, свойственные исследованиям, основанным на каком-либо одном методе, и получить более надежные и валидные результаты.

Практическая значимость работы определяется возможностью применения ее выводов для совершенствования коммуникационной политики центральных банков. В частности, выявленные различия в эффективности различных цифровых платформ (3.5%

вовлеченности в Telegram против 1.2-2.1% в других социальных сетях) предоставляют конкретные ориентиры для оптимизации цифровых коммуникаций. Разработанная система оценки эффективности коммуникационных стратегий может быть использована центральными банками для мониторинга и корректировки их коммуникационной политики.

Региональные аспекты исследования, выявившие значительную вариативность терминологии между центральным аппаратом и территориальными подразделениями (индекс лексического сходства 0.56-0.62), открывают новое направление для исследований в области децентрализации экономической коммуникации. Эти результаты особенно актуальны для стран с выраженной региональной дифференциацией, где унифицированные подходы к коммуникации могут оказаться недостаточно эффективными.

Перспективы дальнейших исследований связаны с несколькими направлениями. Во-первых, требует более глубокого изучения динамика коммуникационных стратегий в условиях кризисов, когда, как показало наше исследование, неожиданные заявления могут вызывать рост волатильности на 38-42%. Во-вторых, перспективным представляется сравнительный анализ коммуникационных стратегий центральных банков стран с разными моделями экономического развития. В-третьих, необходимо дальнейшее изучение влияния искусственного интеллекта и алгоритмических систем на трансформацию коммуникационных практик центральных банков.

В заключение следует подчеркнуть, что проведенное исследование не только расширяет теоретические представления о роли коммуникации в денежно-кредитной политике, но и предлагает конкретные инструменты для повышения ее эффективности. Разработанная типология и методический аппарат могут служить основой для дальнейших исследований в этой области, способствуя развитию нового направления на стыке экономики, лингвистики и цифровых технологий.

Библиография

1. Baker, P., et al. Corpus approaches to language, thought and communication. John Benjamins, 2022.
2. Bernanke, B. S. The Taylor Rule: A benchmark for monetary policy? Brookings Institution, 2015. URL: <https://www.brookings.edu/blog/ben-bernanke/2015/04/28/the-taylor-rule-a-benchmark-for-monetary-policy> (дата обращения: 28.04.2015).
3. Blanchard, O., & Gali, J. Central bank communication: Theory and practice. *Journal of Monetary Economics*, 2022, 129, S1-S18. DOI: 10.1016/j.jmoneco.2022.03.004.
4. Blinder, A. S., Ehrmann, M., Fratzscher, M., De Haan, J., & Jansen, D.-J. Central bank communication and monetary policy: A survey of theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 2008, 46(4), 910-945. DOI: 10.1257/jel.46.4.910.
5. Carter, S., & Rogers, J. Personalized central banking: New approaches to monetary policy communication. *Review of Financial Studies*, 2023, 36(2), 789-823. DOI: 10.1093/rfs/hhac072.
6. Coibion, O., et al. How do households form their expectations? New survey evidence. *American Economic Review*, 2023, 113(4), 891-927. DOI: 10.1257/aer.20210752.
7. Eijffinger, S., et al. Measuring central bank transparency. *Oxford Economic Papers*, 2022, 74(2), 416-436. DOI: 10.1093/oep/gpab044.
8. Frydman, C., & Jin, L. Efficient coding and risky choice. *Quarterly Journal of Economics*, 2022, 137(1), 161-213. DOI: 10.1093/qje/qjab032.

9. Gai, K., et al. Machine learning in financial markets. Cambridge University Press, 2023.
10. Glock, A., et al. The language of economics. Routledge, 2023.
11. Haldane, A. The art of central banking. Bank of England Quarterly Bulletin, 2022, 62(3), 1-15.
12. Hansen, L. Typology of central bank communication strategies. Journal of Central Banking Theory and Practice, 2022, 11(3), 45-67.
13. Mishkin, F. Economics of money, banking and financial markets. 13th ed. Pearson, 2023.
14. Peterson, M. Digital transformation of central bank communication. Oxford Review of Economic Policy, 2023, 39(1), 112-129. DOI: 10.1093/oxrep/grac027.
15. Potter, S., et al. Communicating uncertainty. Journal of Monetary Economics, 2023, 134, 1-18. DOI: 10.1016/j.jmoneco.2023.02.003.
16. Romer, D. Advanced macroeconomics. 6th ed. McGraw-Hill, 2023.
17. Алексашенко, С. В. Институциональные асимметрии в денежно-кредитной политике. Вопросы экономики, 2023, (4), 45-63.
18. Воронин, В. А. Общественные институты и экономическое развитие: исследование взаимосвязи на примере стран Латинской Америки, Африки и Азии. Вестник Студенческого научного общества Санкт-Петербургского университета. Науки об обществе, 2024, 1(1), 101-117. DOI: 10.21638/spbu36.2024.107. EDN: LVHUQM.
19. Кудрин, А. Л. Современная денежно-кредитная политика: вызовы и инструменты. Вопросы экономики, 2019, (10), 5-19.
20. Моисеев, С. Р. Денежно-кредитная политика: теория и практика. КНОРУС, 2020.
21. Мясников, А. И., Воробьев, М., & Прохоров, А. В. Интернет-дискурс современных общественно-политических движений как способ саморепрезентации (на примере движения желтых жилетов). Вестник Студенческого научного общества Санкт-Петербургского университета. Науки об обществе, 2024, 1(1), 32-49. DOI: 10.21638/spbu36.2024.102. EDN: NKTXUE.
22. Синельников-Мурылев, С. Г., Дробышевский, С. М., & Казакова, М. В. Макроэкономическая политика в условиях пандемии: уроки для России. Вопросы экономики, 2021, (3), 5-27.
23. Щеглов М.Ю., Пашкус В.Ю. Цифровая коммуникация Банка России в социальных сетях // Теоретическая и прикладная экономика. 2024. № 1. С. 28-38. DOI: 10.25136/2409-8647.2024.1.69540 EDN: DXLRTR URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=69540

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в рецензируемой статье выступают коммуникационные стратегии центральных банков.

Методология работы базируется на современных разработках в области экономической лингвистики, анализе коммуникативных практик финансовых институтов, применении методов многомерной статистики для анализа текстовых данных и выявления устойчивых лексических паттернов и семантических конструкций в официальных заявлениях центральных банков.

Актуальность работы авторы связывают с тем, что традиционные инструменты денежно-кредитной политики зачастую оказываются недостаточно эффективными в

условиях турбулентности, с появлением новых каналов коммуникации между институтами власти и обществом, а также с тем, что в условиях высокой неопределенности коммуникационная политика центрального банка становится критически важным фактором поддержания финансовой стабильности.

Заявленная авторами научная новизна работы заключается в разработке оригинальной четырехкомпонентной типологии коммуникационных стратегий, которая впервые учитывает не только содержательные аспекты центрально-банковских коммуникаций, но и их адаптацию к различным аудиториям и цифровым платформам.

Структурно в тексте статьи выделены следующие разделы: Введение, Методология исследования, Результаты, Дискуссия, Заключение и Библиография.

В публикации отмечено, что Центральные банки, традиционно рассматривавшиеся как закрытые институты, в последние десятилетия кардинально изменили подходы к взаимодействию с общественностью, и эффективность денежно-кредитной политики в современных условиях в значительной степени определяется не только принимаемыми решениями, но и тем, как эти решения преподносятся экономическим агентам. Проведенный анализ вербальных стратегий центральных банков России, США и ЕС показал заметные расхождения в употреблении термина "инфляционные ожидания": в документах Федеральной резервной системы США это термин встречается почти в полтора раза чаще, чем в материалах Банка России. Исследование цифровых коммуникаций выявило существенную вариативность показателей вовлеченности аудитории на разных медиаплатформах: Twitter, Facebook, Telegram. Авторами выделены четыре основных типа коммуникационных стратегий: инструментально-технократическая, стабилизационно-институциональная, адаптивно-дифференцированная и цифрово-интерактивная стратегии.

Библиографический список включает 23 источника – научные публикации российских и зарубежных авторов по рассматриваемой теме на русском и иностранных языках. В тексте публикации имеются адресные отсылки к списку литературы, подтверждающие наличие апелляции к оппонентам.

В качестве замечания стоит отметить, что из раздела «Библиография» следует исключить Интернет-источники и публикации ненаучного характера (газетные статьи, статьи общественно-политических журналов и т.д.) – в соответствии с принятыми редакцией Правилами оформления списка литературы «все вышеперечисленные источники упоминаются в тексте статьи в скобках, наряду с прочими комментариями и примечаниями авторов».

Тема статьи актуальна, материал отражает результаты проведенного авторами исследования, содержит элементы приращения научного знания, имеет практическую значимость, соответствует тематике журнала «Финансы и управление», может вызвать интерес у читателей, рекомендуется к опубликованию.