

MERKEZ
BANKALARI
VE İLETİŞİM

TÜRKİYE CUMHURİYET
MERKEZ BANKASINDA
İLETİŞİM POLİTİKALARININ
GELİŞİMİ

MERKEZ
BANKALARI
VE İLETİŞİM

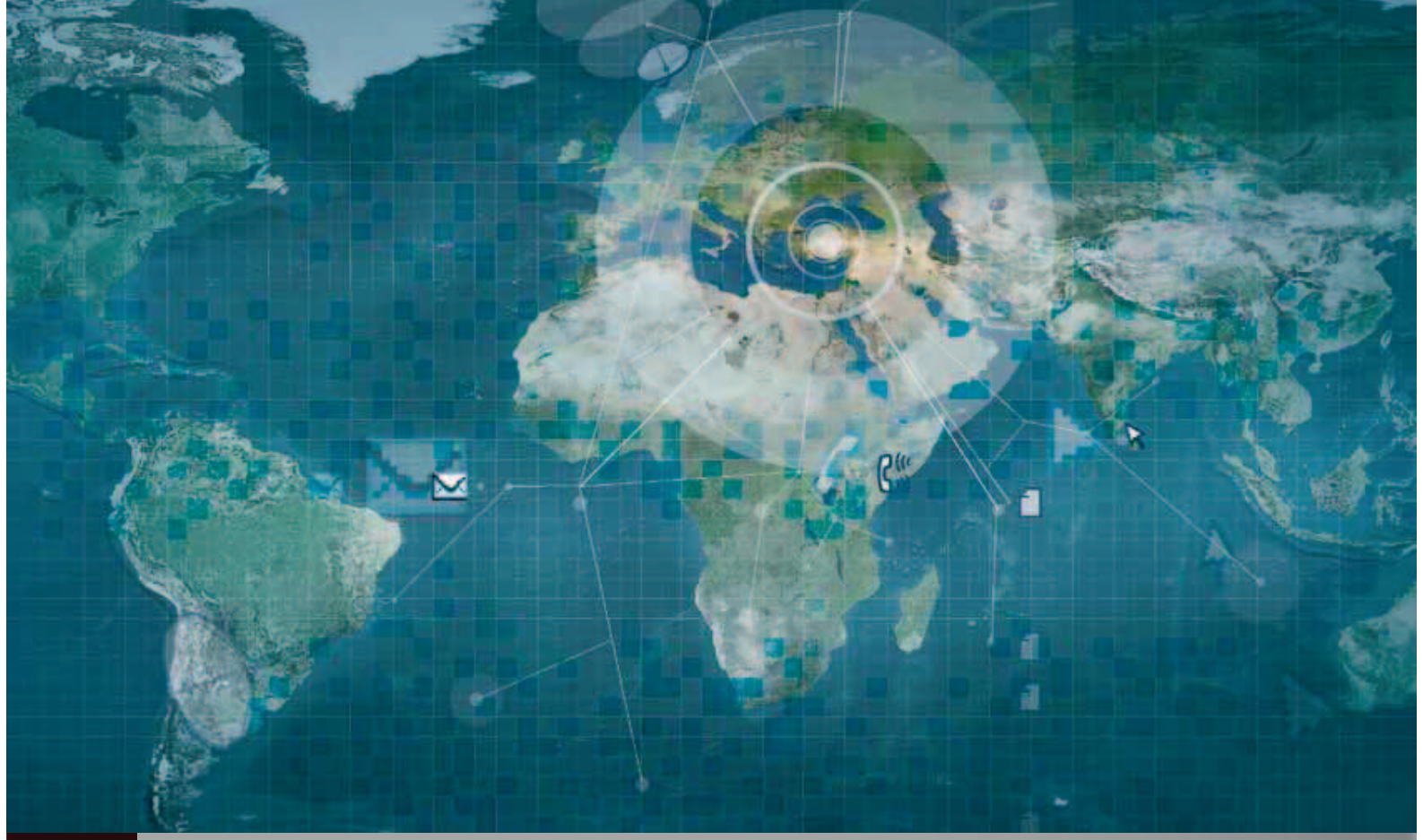
TÜRKİYE CUMHURİYET
MERKEZ BANKASINDA
İLETİŞİM POLİTİKALARININ
GELİŞİMİ

Bu yayın,
iletisimbilgi@tcmb.gov.tr
adresine elektronik posta göndermeniz halinde
adresinize ücretsiz olarak gönderilecektir.
Yayınlarımızın elektronik kopyalarına Genel Ağ sitemizden ulaşabilirsiniz.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
İdare Merkezi
İstiklal Cad. 10 06100 Ulus, Ankara, Türkiye
Telefon: (90 312) 507 50 00
Faks: (90 312) 507 56 40
Genel Ağ sitesi: <http://www.tcmb.gov.tr>
Elektronik posta: iletisimbilgi@tcmb.gov.tr

ISBN (basılı) : 978-605-5758-50-9
ISBN (elektronik) : 978-605-5758-49-3

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası yayınıdır, parayla satılamaz.



GİRİŞ

İletişim, 1900'lü yılların başından itibaren farklı disiplinlerin bir arada toplandığı bir alan olarak gelişmiş ve özellikle son yıllarda ekonomik, siyasi ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak ve küreselleşme ile birlikte her alanda önem kazanmıştır. İletişim, bugün kendi başına bir akademik disiplin ve uygulama alanı olarak karşımızda durmaktadır.

İletişim kavramı 1990'lı yıllardan itibaren merkez bankacılığı açısından da önem kazanmaya başlamış, merkez bankalarının kurumsal yapılarına ve politikalarına hâkim olan "gizlilik" ilkesi giderek geçerliliğini yitirmiştir. Para politikasının etkinliğini artırmak için kararların sürpriz yaratması gerektiği yönündeki görüş günümüzde yerini, merkez bankalarının strateji, politika ve hedeflerinin kamuoyu tarafından anlaşılması gerektiği yönündeki görüşe bırakmıştır. Bugün merkez bankaları piyasalarda veya ekonomik aktivitede istenmeyen bir oynaklığa neden olmamak için

sürpriz olarak algılanacak kararlar almaktan özellikle kaçınılmaktadırlar. Artık birçok merkez bankası amaçlarını, aldıkları kararları ve bunların altında yatan nedenleri bir iletişim stratejisi çerçevesinde ve çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla kamuoyuna anlatmaktadır.

Bu kitapçıkta da iletişim, merkez bankaları ve para politikası uygulamaları açısından incelenmektedir. İlk bölümde, iletişim ve şeffaflık kavramları üzerinde durulmaktadır. İkinci bölümde, iletişimin merkez bankaları açısından önemi, merkez bankası bağımsızlığı ve hesap verme sorumluluğu, güvenilirlik ve para politikasının etkinliği kavramları çerçevesinde ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde, merkez bankalarının iletişim stratejileri üzerinde durulmaktadır. Son bölümde ise Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)nda iletişim stratejisi ve politikalarının gelişimi incelenerek TCMB'nin iletişim araçları tanıtılmaktadır.

İLETİŞİM VE ŞEFFAFLIK NEDİR?

İnsan hayatının her alanını çevreleyen iletişim, sade bir tanımla duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılmasıdır. Farklı amaçlarla yapılan iletişim hem tek yönlü bir etkileme, hem de bir etkileşim sürecini ifade etmektedir. Toplumsal yapıda ve dönemsel koşullardaki gelişmelere paralel olarak farklı iletişim yolları ve araçları kullanımı da sürecin bir parçasını oluşturmaktadır.

İletişimin temel amacı, iletişimin hedef kitlesini oluşturan kişi veya gruplara anlaşılabilir mesajlar göndererek onların bilgi düzeyinde, tutum ve davranışlarında değişiklik yaratmaktır. Bu nedenle iletişim bireyler için olduğu kadar kurumlar açısından da bir gerekliliktir. İletişimin toplumsal hayatta önem kazanması, iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve yaygınlaşması ile günümüzde merkez bankalarının iletişim politikalarına verdikleri önem de artmış, merkez bankalarının uyguladıkları politikaları belirli bir iletişim stratejisi çerçevesinde kamuoyuyla paylaşmaları kaçınılmaz olmuştur.

Merkez bankaları açısından etkili bir iletişim stratejisinin en önemli unsuru şeffaflıktır. Merkez bankaları açısından şeffaflık; para politikası stratejisi, amaçları ve uygulamaları ile merkez bankalarının kurumsal düzenlemelerinin kamuoyu tarafından anlaşılmasını sağlayacak bilgilerin sağlanmasıdır. Buna ek olarak şeffaflık temel ekonomik değişkenlerin seyri hakkındaki tahminlerin ve bunların etrafındaki belirsizlikler ile bu belirsizliklere

karşı para politikası tepkisinin paylaşılmasını da içermektedir.

Merkez bankalarının kamuoyunu bilgilendirirken sağladıkları bilginin niteliğine göre şeffaflık çeşitlilik göstermektedir. Bunlar:

- ▶ Merkez bankalarının politika hedeflerine ilişkin olarak sayısal bir hedef belirtmeleri anlamına gelen *hedef şeffaflığı*;
- ▶ Merkez bankalarının enflasyon tahminlerinin, bu tahminleri oluştururken kullandıkları ekonometrik modellerin ve verilerin yayımlanması anlamına gelen *ekonomik bilgiye ilişkin şeffaflık*;
- ▶ Alınan politika kararlarının, bu kararların altında yatan nedenlerin ve gelecekteki politika kararlarının olası seyrine ilişkin sinyallerin açıklanmasını içeren *politika şeffaflığı*;
- ▶ Kamuoyunun temel para politikası aracı ve bu araç için hedeflenen seviye hakkında bilgilendirilmesi anlamına gelen *araç şeffaflığı*;
- ▶ Politika araçlarına veya uygulamalarına ilişkin kararların alınma yönteminin, varsa oylama sürecinin, kararların ve toplantı özetlerinin yayımlanması ve benzeri uygulamaları içeren *yöntemsel şeffaflık*;
- ▶ Merkez bankalarının politika kararlarının uygulanması süreçlerine ilişkin bilgi paylaşımını ifade eden *işlevsel şeffaflıktır*.

MERKEZ BANKALARI İÇİN İLETİŞİM NEDEN ÖNEMLİDİR?

Merkez bankalarının bir iletişim stratejisi geliştirerek iletişim politikalarına ve şeffaflığa bu denli önem vermelerinin üç temel nedeni vardır. Bunlar; merkez bankası bağımsızlığı ve bu kavramın beraberinde getirdiği hesap verme sorumluluğu, güvenilirlik ve para politikasının etkinliğidir.

1. Merkez Bankası Bağımsızlığı ve Hesap Verme Sorumluluğu

Ekonomi politikalarının nihai amacı, toplumun refah seviyesini yükseltmektir. Bir ülkede refah seviyesinin yükseltilmesi potansiyele yakın hızda sürdürülebilir ekonomik büyüme ile sağlanır. Sürdürülebilir büyümenin temeli ise ekonomik istikrar olup ekonomik istikrarın en önemli unsuru da fiyat istikrarıdır.

Fiyat istikrarının ancak uzun vadeli politikalarla sağlanabileceği iktisat yazınında genel olarak kabul edilmektedir. Fiyat istikrarını sağlamayı hedefleyen bir merkez bankasının bu hedefe ulaşabilmek için uzun vadeli bir bakış açısına sahip olması ve politikalarını, doğası gereği daha kısa vadeli bir bakış açısına sahip olan siyasetten veya başka çıkar gruplarından bağımsız olarak uygulayabilmesi gerekmektedir. Bu nedenle, merkez bankası bağımsızlığı günümüzde fiyat istikrarı odaklı

modern merkez bankacılığının olmazsa olmaz unsurlarındandır.

Merkez bankalarının gerek politika gerek kurumsal uygulamalarında bağımsız olmaları, demokrasi ilkeleri çerçevesinde hesap vermekle sorumlu olmalarını gerektirmektedir. Hesap verme sorumluluğu, merkez bankalarının aldıkları kararlardan ve bunların sonuçlarından topluma karşı sorumlu olmalarıdır. Bu sorumluluğun yerine getirilmesi, merkez bankası şeffaflığını ve etkili bir iletişim politikası uygulanmasını gerekli kılmaktadır. Bunun yanı sıra, hesap verme sorumluluğunun gereklerinin yerine getirilmesi merkez bankasının bağımsızlığının korunması ve bağımsızlık karşıtı uygulama veya kararlar söz konusu olduğunda toplum desteğinin sağlanması açısından bağımsızlığı güçlendiren bir olgudur.

2. Güvenilirlik

Merkez bankaları şeffaf oldukları, politika ve görüşlerini kamuoyu ile paylaştıkları ölçüde toplum tarafından anlaşılır, kabul edilir ve güven kazanır. Kamuoyunda güvenin sağlanması açısından merkez bankalarının açıklamaları ile uygulamalarının tutarlı ve açıklamaların zamanlamasının doğru olmasını sağlayan etkili bir iletişim stratejisi gerekmektedir.

Dolayısıyla, uygulanan politikalara güvenin sağlanması ve sürdürülmesi için merkez bankaları ekonominin mevcut görünümü, gelecekte oluşabilecek koşullar, para politikası amaçları, bu amaçlara yönelik uygulamalar ve sonuçları hakkında kamuoyunu bilgilendirmektedir. Aynı zamanda merkez bankasının saygınlığının sağlanmasında ve korunmasında da etkili bir iletişim stratejisi önem taşımaktadır.

Güvenilirliği yüksek merkez bankaları, enflasyon hedefine ulaşılması konusunda karar alıcıları daha kolay ikna ederek beklentilere daha kolay yön verebilmekte, hedeften sapmalar olduğu takdirde kamuoyunda taahhütlerin yerine getirilmesi konusunda bir tereddüt oluşmasını önleyebilmekte, böylelikle fiyat istikrarının sağlanmasını ve korunmasını daha az maliyet ile gerçekleştirebilmektedir.

3. Para Politikasının Etkinliği

Güçlü bir iletişim stratejisi ve şeffaflık, para politikasının öngörülebilirliğinin ve dolayısıyla etkinliğinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Para politikası uygulamalarının gerekçelerinin kamuoyuna açıklanması, hem bu uygulamaların daha iyi anlaşılmasını, içselleştirilmesini ve desteklenmesini sağlamakta, hem de güvenilirlik ölçüsünde beklentilerin politika hedefleri doğrultusunda oluşmasına katkıda bulunmaktadır. İletişim politikaları ve şeffaflık ile para politikasının etkinliği arasındaki bu ilişki büyük ölçüde beklenti yönetimi kapsamında oluşmaktadır.

İktisat yazınında önemli bir yeri olan akılcı beklentiler teorisine göre ekonomik birimler beklentilerini oluştururken geçmiş tecrübelerinin yanı sıra elde ettikleri her yeni bilgiyi de

değerlendirmektedir. Dolayısıyla yeni bilgiler beklentileri, beklentiler de alınan kararları etkilemektedir. Bu durum, politika uygulamalarında ve beklenti yönetiminde iletişim politikalarının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

İletişim ve şeffaflık, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren pek çok merkez bankası tarafından uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi rejiminin (Kutu-1) başarısı açısından da oldukça büyük önem taşımaktadır. Diğer para politikası stratejilerinden farklı olarak, enflasyon hedeflemesi rejimi altında, geleceğe yönelik enflasyon hedefleri konulması ve bu hedeflere ulaşılacağına merkez bankası tarafından taahhüt edilmesi, ekonomik birimlere geçmiş enflasyon dışında referans alabilecekleri bir başka enflasyon oranı daha sunmaktadır. Toplumun bu hedefe ve uygulanan politikalara güveninin sağlanması ve enflasyon beklentilerinin enflasyon hedefi ile uyumlu olması için merkez bankasının etkili bir iletişim politikası yürütmesi bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Merkez bankalarının iletişim politikaları aynı zamanda parasal aktarım mekanizmasının (Kutu-2) etkin işleyişi açısından da önem taşımaktadır.

İletişimin parasal aktarım mekanizmasının işleyişine etkisi iki yolla olmaktadır. Öncelikle etkili bir iletişim stratejisi ile iyi işleyen bir beklentiler kanalı ekonomik birimlerin ileriye yönelik beklentilerinin merkez bankalarının uygulamaları ve hedefleri doğrultusunda şekillenmesini sağlamaktadır. Diğer bir deyişle beklentiler kanalı, enflasyon beklentilerinin hedeflerle tutarlı hale gelmesinde doğrudan etkili olan kanaldır. Ekonomik birimlerin merkez bankasının fiyat istikrarına bağlı olduğuna inanmaları, fiyatlama ve ücret

KUTU-1: Enflasyon Hedeflemesi Rejimi

Enflasyon hedeflemesi; para politikasının fiyat istikrarını sağlamaya ve sürdürmeye yönelik olarak kurumsallaştığı bir para politikası rejimidir. Merkez bankaları bu rejimde belirlenen ve ilan edilen enflasyon hedefine belirli bir süre sonunda ulaşacaklarını taahhüt etmekte, para politikası araçlarını sadece belirlenen hedefe ulaşmaya yönelik olarak bağımsız bir şekilde kullanmaktadırlar. Bununla birlikte, para otoritesi enflasyon hedefine ulaşamaması durumunda hesap vermeye sorumlu olmaktadır.

Ayrıntılı Bilgi İçin: TCMB, "Enflasyon Hedeflemesi Rejimi" kitapçığı

belirleme davranışlarının merkez bankası hedefleri doğrultusunda şekillenmesini sağlamaktadır.

İkinci olarak ise iletişim politikası ve beklentiler faiz oranları kanalını da etkilemektedir. Faiz kanalı, kısa vadeli politika faiz oranlarının, piyasada oluşan uzun vadeli faiz oranlarını etkilemesi yoluyla çalışmaktadır. Merkez bankaları kısa vadeli faiz oranlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Ancak ekonomik birimler yatırım ve tasarruf kararlarını alırken uzun vadeli faiz oranlarını dikkate almaktadır. Kısa vadeli faiz oranları ile uzun vadeli faiz oranlarını birbirine bağlayan en önemli unsur ise beklentilerdir. Etkili bir iletişim politikası ile kısa vadeli faiz oranlarının gelecekteki seyrine ilişkin daha doğru tahminler yapılabilmesini, diğer bir ifadeyle kısa vadeli faiz oranlarının öngörülebilir olmasını sağlamak, hem piyasalardaki risk ve

oyunaklığın azalmasına, hem de kısa vadeli faiz oranları ile uzun vadeli faiz oranları arasındaki uyumun artmasına katkıda bulunmaktadır. Öngörülebilirlik aynı zamanda bilginin fiyatlara yansımalarını kolaylaştırmakta, varlık fiyatlarının daha etkin ve doğru biçimde oluşmasını sağlamaktadır.

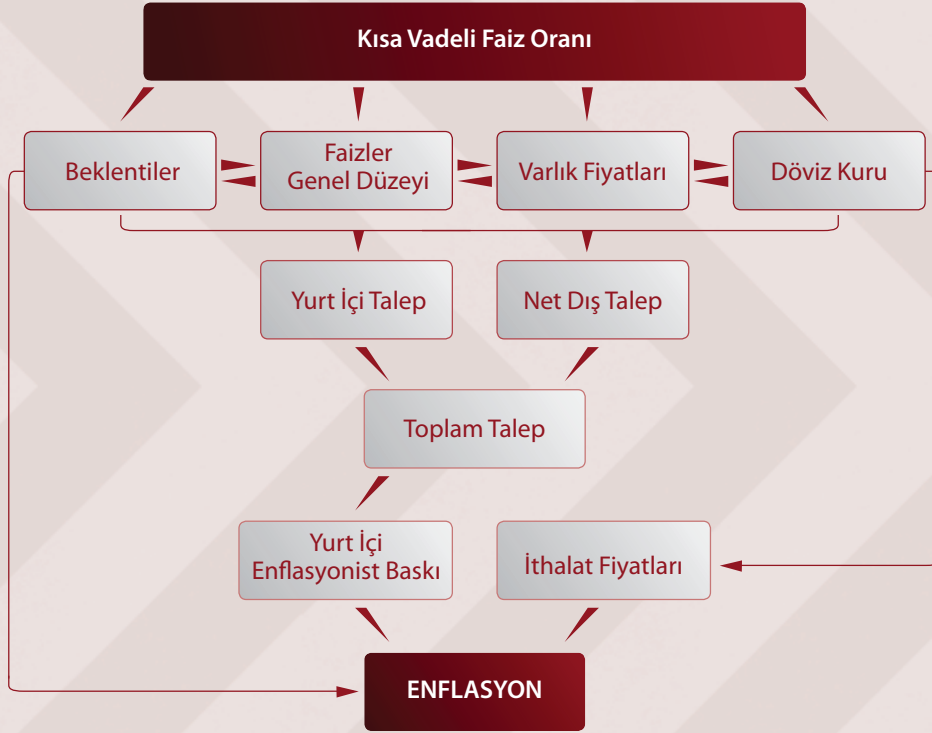
Enflasyonist geçmişin hafızalarda taze olduğu ülkelerde, politika kararlarının beklentileri nasıl etkileyeceğinin tahmini daha güçtür. Bununla birlikte bu ülkelerde, beklenti kanalı ekonomik aktivite ve enflasyon üzerindeki etkisini diğer kanallara göre daha hızlı ve belirgin bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Bazı ülkelerde ise finansal piyasaların yeterince gelişmemiş olması veya yüksek kamu borcu neticesinde görülen kuvvetli mali baskınlık, faiz kanalının arzu edildiği biçimde çalışmasını engelleyebilmektedir.

KUTU-2: Parasal Aktarım Mekanizması

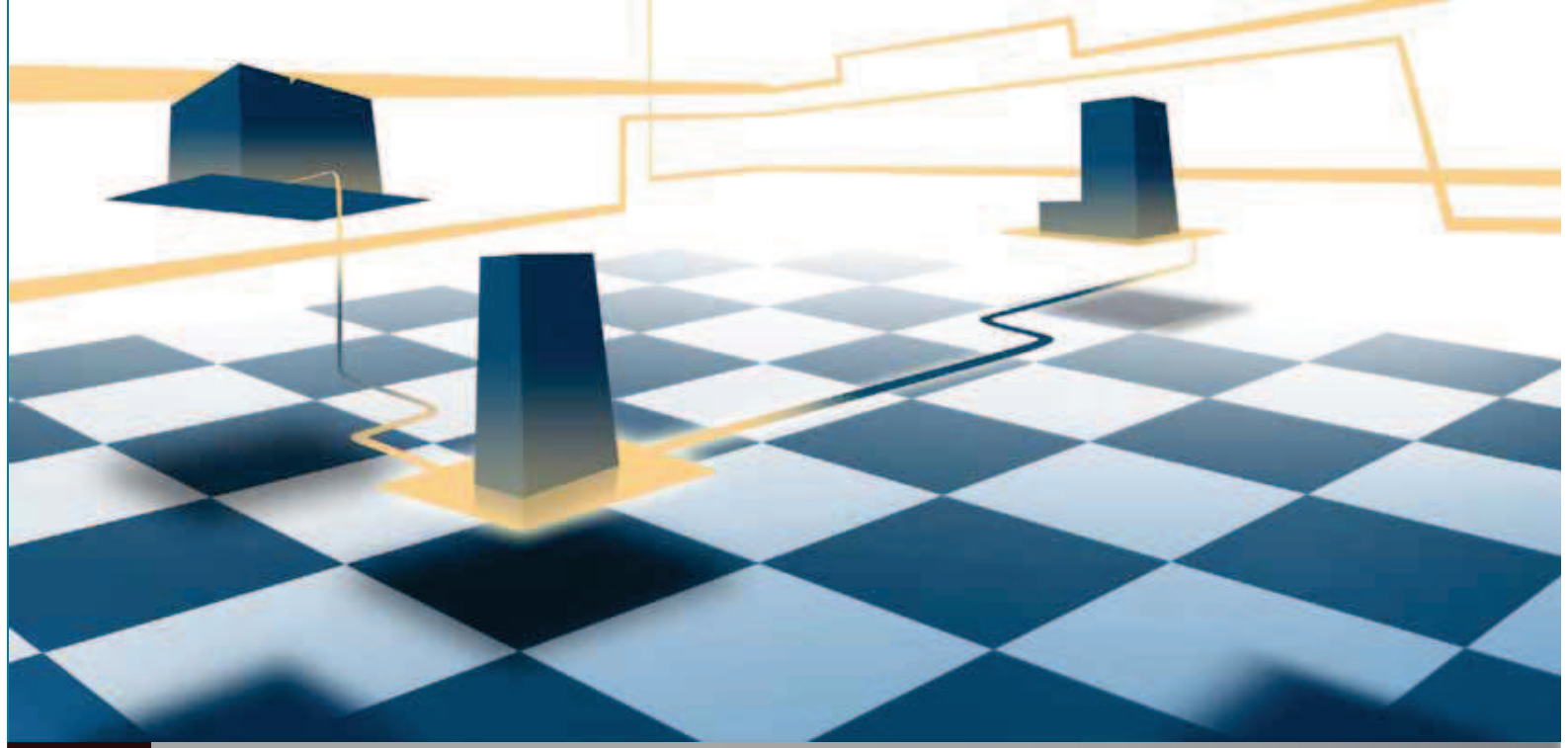
Para politikası araçlarına yönelik alınan kararların enflasyon üzerindeki etkisi "parasal aktarım mekanizması" yoluyla gerçekleşmektedir. Merkez bankalarının kısa vadeli faiz oranlarına ilişkin aldıkları kararlar basitleştirilmiş bir anlatımla beklentiler, faiz oranları, varlık fiyatları ve döviz kuru kanalları ile tüketici ve üreticilerin harcama, tasarruf ve yatırım kararlarını yönlendirerek toplam talebi, dolayısıyla ekonomik aktivite ve enflasyonu etkilemektedir.

	Merkez Bankasının Kısa Vadeli Faiz Oranlarını Artırması Sonucunda	Merkez Bankasının Kısa Vadeli Faiz Oranlarını Azaltması Sonucunda
Beklentiler Kanalı	<ul style="list-style-type: none">- Tüketici ve üreticiler merkez bankasının enflasyonla mücadelede olan bağlılığına inanır. <p>Enflasyonun gelecekte izleyeceği seyre yönelik beklentilerini merkez bankasının hedefi ile uyumlu oluştururlar.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Tüketici ve üreticiler enflasyonun ve ekonomik görünümün olumlu olduğuna inanır. <p>Enflasyonun gelecekte izleyeceği seyre yönelik beklentilerini merkez bankasının hedefi ile uyumlu oluştururlar.</p>
Faiz Kanalı	<ul style="list-style-type: none">- Enflasyon beklentilerinin değişmediği varsayımıyla, nominal faizler yükselir.- Tüketiciler harcamalarını azaltır, tasarruflarını artırır.- Üreticilerin borçlanma maliyeti artar, yatırımlar azalır.- Kullanılan kredi miktarı azalır. <p>Toplam talep azalır, ekonomik aktivite yavaşlar.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Enflasyon beklentilerinin değişmediği varsayımıyla, nominal faizler düşer.- Tüketiciler harcamalarını artırır, tasarruflarını azaltır.- Üreticilerin borçlanma maliyeti düşer, yatırımlar artar.- Kullanılan kredi miktarı artar. <p>Toplam talep artar, ekonomik aktivite hızlanır.</p>
Varlık Fiyatları Kanalı	<ul style="list-style-type: none">- Bono, hisse senedi, döviz kuru ve gayrimenkul gibi varlıkların görece fiyatları düşer.- Tüketicilerin gelirleri azalır, tüketimleri düşer.- Üreticiler, varlıklarını teminat göstererek borç aldıkları için borçlanmaları zorlaşır, yatırımlar azalır. <p>Toplam talep azalır, ekonomik aktivite yavaşlar.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Bono, hisse senedi, döviz kuru ve gayrimenkul gibi varlıkların görece fiyatları artar.- Tüketicilerin gelirleri yükselir, tüketimleri artar.- Üreticiler, varlıklarını teminat göstererek borç aldıkları için borçlanmaları kolaylaşır, yatırımlar artar. <p>Toplam talep artar, ekonomik aktivite hızlanır.</p>
Döviz Kuru Kanalı	<ul style="list-style-type: none">- Diğer faktörlerin sabit kaldığı varsayımıyla, yurt içi faiz oranları yurt dışı faiz oranlarına karşı görece olarak yükselir.- Ülkeye sermaye girişi artar, ulusal para değer kazanır.- Dış ticarete konu olan malların görece fiyatları etkilenir. <p>Enflasyon düşer.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Diğer faktörlerin sabit kaldığı varsayımıyla, yurt içi faiz oranları yurt dışı faiz oranlarına karşı görece olarak düşer.- Ülkeden sermaye çıkışı artar, ulusal para değer kaybeder.- Dış ticarete konu olan malların görece fiyatları etkilenir. <p>Enflasyon artar.</p>

Basitleştirilmiş Parasal Aktarım Mekanizması



* Şeklin basitleştirilmesi için değişkenler arasındaki bütün etkileşimler gösterilmemektedir.



MERKEZ BANKALARININ İLETİŞİM STRATEJİLERİ

Merkez bankalarının kamuoyu ile etkili ve başarılı bir iletişim kurabilmesi için iletişim faaliyetlerini stratejik bir şekilde planlamaları gerekmektedir. Bu yaklaşım, iletişimin amacının, ilkelerinin, hedef kitlelerinin, kanallarının ve araçlarının tanımlanmasını ve bu çerçevede kurumsal iletişimin yol haritasının çizilmesini kapsamaktadır.

Merkez bankasının medya, piyasalar ve toplumun diğer ilgili kesimleri ile etkili bir diyalog kurarak para politikasını anlatması ve uyguladığı politikalara desteği artırması kadar, kamuoyunun görüşlerini öğrenmesi de iletişim stratejisinin bir boyutunu oluşturmaktadır.

Uygulamalara bakıldığında, en etkili iletişim stratejisinin nasıl olması gerektiği konusunda merkez bankalarının tamamı tarafından uygulanan ortak bir yol bulunmadığı görülmektedir. İletişim stratejileri oluşturulurken merkez bankaları arasında karşılıklı bilgi ve tecrübe alışverişinde bulunulsa da, her ülkenin kendine özgü ekonomik, siyasi ve kültürel yapılarının varlığı, her ülkeye uygun tek bir strateji tanımlanmasına engel olmaktadır. Bununla birlikte merkez bankalarının iletişim stratejilerinde

birbirleriyle benzeştiği noktalar da ortaya çıkmaktadır.

İletişim Stratejisinin Amacı

İletişim stratejisinin temel amacı merkez bankalarının kurumsal itibar ve saygınlıklarını yükseltmek ve politika uygulamalarının etkinliğini artırmaktır. Bu doğrultuda, iletişiminin en etkili biçimde tasarlanması ve yürütülmesinin sağlanması hedeflenmektedir. Bu amaçlar kapsamında iletişim stratejisi kamuoyunun ilgisini çekecek ve canlı tutacak, farklı kitlelere hitap edecek ve merkez bankasının saygınlığını oluşturup koruyacak ilkeler çerçevesinde tasarlanmaktadır.

İletişim İlkeleri

Merkez bankaları iletişim stratejilerinin etkinliğini sağlamak amacıyla iletişim politikalarının uygulanması sırasında belirli ilkeler gözetmektedir. İletişim stratejisinin şeffaflığı öne çıkaracak şekilde tasarlanarak tutarlı, anlaşılır ve dürüst olmasına özen gösterilmektedir. Ayrıca merkez bankalarının kamuoyunun farklı kesimlerine eşit bir biçimde yaklaşarak bilgi aktarımında eş zamanlılık

sağlamaları, eleştiriye açık olmaları, yeri geldiğinde öz eleştiride bulunabilmeleri ve iletişim faaliyetleri sırasında aşırı tepki vermekten kaçınmaları genel kabul görmüş iletişim ilkeleridir. Bunların yanı sıra verilen mesajların içeriğinin, iletişim araçlarının ve toplumun sürekli bir değişim içinde olduğu göz önünde bulundurularak iletişim politikalarının güncellenmesi veya değiştirilmesi de diğer bir iletişim stratejisi ilkesidir.



İletişimde Hedef Kitle

İletişimin amacı ve gözetilecek ilkeler çerçevesinde öncelikle hedef kitleler belirlenmektedir. Hedef kitleyi; medya kuruluşları, hükümet üyeleri ve milletvekilleri, finans piyasası katılımcıları, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları, akademik çevreler, öğrenciler ve genel kamuoyu olarak sınıflandırmak mümkündür. Bu grupların bilgi ihtiyaçları, ilgi alanları ve para politikası ile ilgili konular hakkında bilgi düzeyleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin, genel kamuoyunun ilgisi çoğunlukla enflasyon, faizler, döviz kuru, işsizlik üzerinde olurken, finans piyasası katılımcıları ağırlıklı olarak finansal piyasa göstergelerini etkileyen değişkenlerle ilgilenmektedir. Dolayısıyla, farklı kesimlerin farklı beklenti ve amaçlarının bulunması, iletişim kanallarının, araçlarının ve içeriğinin belirli kesimlere göre özel olarak tasarlanmasını gerektirmektedir.

İletişim Kanalları ve Araçları

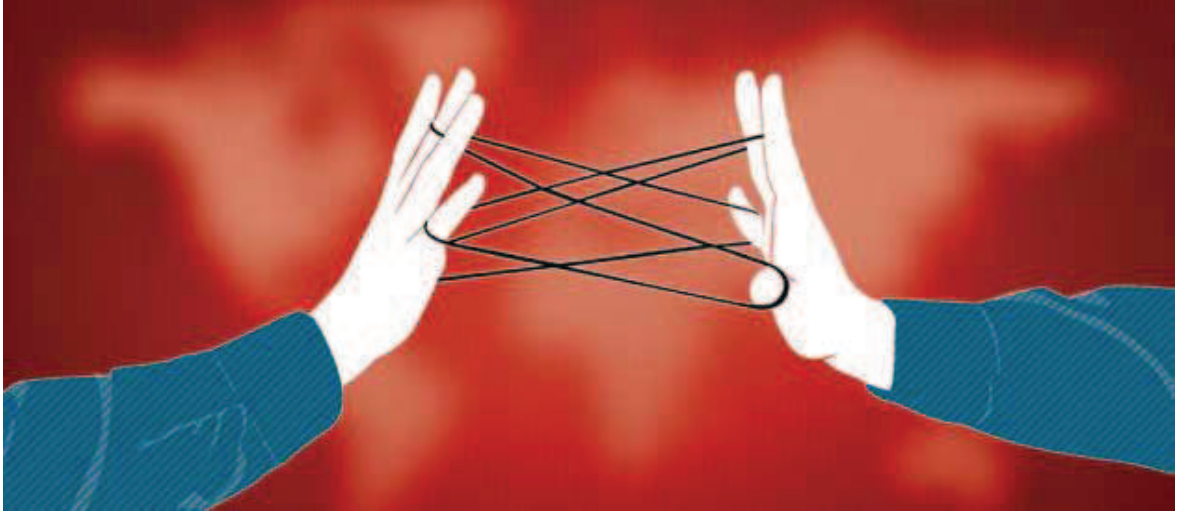
Merkez bankaları iletişim stratejilerini tasarlarlarken, aynı zamanda bilginin hangi kanallarla aktarılacağını da belirlemektedir. Başkan, başkan yardımcıları, para kurulu üyeleri, baş ekonomist, basın sözcüsü ve/veya basın danışmanı aracılığıyla yapılan doğrudan kişisel iletişim bu kanallardan biridir. Bunun yanı sıra Genel Ağ sitesi ve elektronik posta hizmetleri de merkez bankalarınca etkili birer iletişim kanalı olarak kullanılmaktadır. Bunlara ek olarak merkez bankalarının iletmek istedikleri mesajın kamuoyuna en etkin ve doğru şekilde aktarılmasında kitle iletişim araçları çok önemlidir. Bu doğrultuda ilgili haberlerin söz konusu araçlarla mümkün olduğunca kapsamlı ve doğru bir şekilde yansıtılması merkez bankalarının üzerinde önemle durdukları bir konudur.

İletişim stratejisi tasarımında duyuru ve açıklamaların hitap edeceği hedef kitle ve iletişimin hangi kanallarla yapılacağı kadar, kullanılacak araçlar da büyük önem taşımaktadır. Merkez bankaları, gerek para politikası kararlarının açıklanması, gerek para politikası ve ekonomik gelişmelere dair diğer ek bilgilerin verilmesi amacıyla çok çeşitli araçlar kullanmaktadır. Bu araçlar temel olarak basın duyurularını; üst düzey yöneticiler tarafından yapılan konuşmaları; süreli yayınlar, raporlar, istatistiksel veriler, anketler, bültenler, broşürler ve benzeri yayınları; araştırma ve çalışma tebliğlerini; basın toplantılarını; röportajları; basına özel bilgilendirme toplantılarını; konferansları ve çeşitli ziyaretçi gruplarına yönelik bilgilendirme toplantılarını ve çeşitli eğitim faaliyetlerini kapsamaktadır.

İletişim araçlarının seçimi ve kullanımı, hem hedef kitle ve bu kitlenin bilgi talepleriyle, hem de merkez bankalarının vermek istedikleri mesajla yakından ilişkilidir. Bu nedenle merkez bankaları, hitap ettikleri hedef kitleye en uygun iletişim aracını seçmeye çalışarak araçlarını çeşitlendirmektedir.

İletişimde Karşılaşılabilecek Zorluklar

İletişim stratejilerinin tasarımında ve uygulamasında merkez bankalarının karşılaşılabilecekleri zorlukların başında para politikası kararları ile bu kararların ekonomiyi etkilemesi arasındaki zamanlama farkının



iletişimi gelmektedir. Merkez bankalarının aldıkları politika kararlarının ekonomik aktivite ve enflasyon üzerindeki etkisi gecikmeli olarak gerçekleşmektedir. Bu "gecikme süresi", kararların orta vadeli bir bakış açısı ile alınmasını gerektirmektedir. Ekonomik birimlerin bu bakış açısı çerçevesinde aktarım mekanizmasının işleyişini ve gecikmeli etkiyi kavrayabilmeleri, alınan kararların altında yatan nedenlerin anlaşılması açısından büyük önem taşımaktadır.

Bir diğer önemli konu, tüm olasılıkları tanımlamanın zorluğudur. Bu zorluk, merkez bankalarının bir yandan ellerindeki tüm veriler ve mevcut durum kapsamında bir iletişim politikası yürütürken, bir yandan da elde edecekleri her yeni bilginin mevcut durumu değiştirebileceğine dikkat çekmek zorunda olmalarından kaynaklanmaktadır.

Öte yandan, bir iletişim stratejisi tasarlanırken, şeffaflığın sınırlarının belirlenmesi de zorluk yaratmaktadır. Her ne kadar merkez bankaları özellikle son yıllarda daha fazla bilgiyi paylaşma eğiliminde olsalar da, daha fazla bilgi temel mesajların özümsemesini zorlaştırabilmekte ve politikaların etkinliğini azaltabilmektedir.

Merkez bankalarının iletişim kanallarını ve araçlarını çeşitlendirme çabaları çerçevesinde ekonomik birimler aynı bilgilere farklı kanallardan, farklı iletişim araçlarını kullanarak ulaşabilmektedir. Bunun bazı avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Bir yandan verilmek istenen mesajın tekrar edilmesi mesajı kuvvetlendirirken, diğer yandan mesajlar arasındaki tutarlılık merkez bankaları için önemli bir konu haline gelmektedir.

TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI VE İLETİŞİM STRATEJİSİ

TCMB'nin iletişim stratejisi ve bu kapsamda uyguladığı politikalar diğer ülke merkez bankalarına benzer şekilde zaman içinde değişim ve gelişim göstermiştir. Bu süreçte 2001 yılı, gerek kurumsal yapı, gerek politika uygulamalarındaki değişim çerçevesinde önem taşımaktadır. Bu nedenle TCMB'nin iletişim stratejisinin ve politikalarının gelişimi 2001 yılı öncesi ve 2001 yılı ile sonrası olmak üzere iki dönem altında incelenmektedir.

2001 Yılı Öncesinde TCMB'de İletişim

2001 yılı öncesi dönemde TCMB, dünyadaki genel eğilimin de bu yönde olmasının etkisiyle, diğer merkez bankalarına benzer şekilde iletişim stratejisinde daha dikkatli ve tutucu bir yol izlemiştir.

Bu dönemde TCMB'nin bağımsız bir statüsünün bulunmamasının yanı sıra, TCMB'nin gerek yasal açıdan gerek uygulama açısından politika önceliğinin tanımlanmamış olması şeffaflık ve

iletişim politikalarının gelişimini etkileyen önemli unsurlardır.

Bu süreçte, TCMB'nin iletişimini belirleyen bazı önemli adımlardan bahsetmek gerekmektedir.

Ülkemizde 1980 yılı ve sonrasında finansal piyasaların kurulmasını ve gelişimini sağlayacak bir dizi yasal ve kurumsal düzenleme yapılmıştır. 1982 yılında Sermaye Piyasası Kurulunun kurulması, 1986 yılında İstanbul Menkul Kıymetler Borsasının çalışmaya başlaması ile para ve döviz piyasalarının TCMB bünyesinde yapılanması bu gelişmelerden başlıcaları olarak sayılabilir. 1987 yılında uygulanmaya başlanan açık piyasa işlemleri ile bankalararası döviz piyasası ve döviz ve efektif piyasalarının oluşturulması neticesinde, TCMB finansal piyasalarda istikrarı sağlamak, bu piyasaların derinleşmesine ve gelişmesine yardımcı olmak amacıyla piyasa oyuncuları ile

güçlü bir iletişim geliştirmek üzere adımlar atmaya başlamıştır.

TCMB iletişim stratejisinde bu süreçte yaşanan ikinci önemli gelişme ise 1990 yılında toplam bilanço büyüklüğü, toplam iç yükümlülükler, toplam iç varlıklar ve merkez bankası parasına ilişkin hedefler koyan bir para programının hazırlanarak kamuoyuna açıklanmasıdır. Program aracılığıyla TCMB orta vadeli bir bakış açısı ile ekonomik gelişmeleri anlatarak geleceğe ilişkin beklentilerini kamuoyu ile ilk defa paylaşmıştır. 1990 yılında açıklanan ilk para programı kapsamında parasal program hedefleri büyük ölçüde tutturulsa da 1990'lı yıllardan 2000 yılına kadar olan dönemde, Körfez Savaşı, finansal krizler ve erken seçimlere bağlı olarak ekonomide giderek artan belirsizlik ortamı nedeniyle para ve kur politikalarına ilişkin güçlü bir iletişim yapılamamıştır.

1994 yılında TCMB Genel Ağ sitesinin kurulması iletişim araçlarının gelişimi açısından bir diğer önemli gelişme olmuştur. Ardından 1995 yılında TCMB Genel Ağ sitesi üzerinden kullanıma açılan Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS) ile Banka, hazırladığı ve derlediği pek çok istatistiki veriyi kamuoyunun kullanımına sunmaya başlamış, bu konuda ülkemizdeki ve dünyadaki ilk örneklerden birini oluşturmuştur. Aynı yıl TCMB bilançosuna günlük olarak Genel Ağ sitesinden erişim mümkün kılınmıştır. 1996 yılında kamuoyundan gelen bilgi taleplerini karşılamak amacıyla oluşturulan infotcmb@tcmb.gov.tr elektronik posta adresi ise TCMB'nin kamuoyuyla iletişim kapsamında attığı başka bir önemli adımdır.

1999 yılına gelindiğinde, Uluslararası Para Fonu (IMF) ile imzalanan stand-by anlaşması desteğinde enflasyonla mücadele amacına yönelik döviz kuruna dayalı bir istikrar programı uygulamaya koyulmuştur. Bu programda TCMB belirli bir döviz kuru seviyesini taahhüt ederek, kur sepetinin günlük değerini 2000 yılı başından itibaren bir yılı kapsayacak şekilde kamuoyu ile paylaşmıştır. Ayrıca parasal büyüklükler ve kur sepetinin değeri ile ilgili uygulama sonuçları da belirli aralıklarla kamuoyuna ilan edilmiştir. Söz konusu program çerçevesinde TCMB enflasyonla mücadelede daha etkili bir iletişim stratejisi uygulamaya başlamıştır. Bu dönemde TCMB'nin iletişim, şeffaflık ve beklenti

yönetimi kavramlarına verdiği önem de artmıştır. Ancak, bu istikrar programı devam ettirilememiş ve ortaya çıkan güven kaybı sonucunda 2001 yılında yaşanan bir finansal kriz ile program son bulmuştur.

2001 Yılı ve Sonrasında TCMB'de İletişim Politikaları

2001 yılı, TCMB açısından hem kurumsal hem de politika uygulamaları çerçevesinde önemli bir değişimin başlangıcı olmuştur. TCMB Kanunu'nda 25 Nisan 2001 tarihinde gerçekleştirilen değişiklikle Bankanın temel hedefinin "fiyat istikrarını sağlamak" olduğu hükme bağlanmıştır. Ayrıca Bankaya hedefine ulaşabilmek için kullanacağı para politikası araçlarını doğrudan belirleme yetkisi verilmiş, böylelikle TCMB araç bağımsızlığına kavuşmuştur. Bunun yanı sıra, politika karar alma sürecinin kurumsallaştırılması amacıyla Para Politikası Kurulu (PPK) kurulmuştur. 2001 yılının Kasım ayı itibarıyla da Bankanın Hazineye kısa vadeli avans veya kamuya kredi vermesi ve ihraç ettikleri borçlanma araçlarını birincil piyasadan satın alması yasaklanmıştır.

TCMB Kanunu Madde 4

"Bankanın temel amacı fiyat istikrarını sağlamaktır. Banka, fiyat istikrarını sağlamak için uygulayacağı para politikasını ve kullanacağı para politikası araçlarını doğrudan kendisi belirler. Banka, fiyat istikrarını sağlama amacı ile çelişmemek kaydıyla hükûmetin büyüme ve istihdam politikalarını destekler..."

Söz konusu Kanun değişiklikleri ile gelen bağımsızlık, hesap verme sorumluluğunu da beraberinde getirmiş; bu tarihten itibaren TCMB, politikalarının tasarımında ve uygulamasında şeffaflığı ve iletişimi temel almıştır.

Hesap verme sorumluluğuna ilişkin yasal düzenlemeler Banka Kanunu'nun 42. maddesinde yer almaktadır. Bu madde gereğince, TCMB Başkanı her yıl nisan ve ekim aylarında Bakanlar Kurulunu, yılda iki kere de Türkiye Büyük Millet Meclisi Plan ve Bütçe Komisyonunu bilgilendirmektedir. Bununla birlikte Banka, ilan edilen hedeflere



ulaşılamaması veya ulaşılamama olasılığının ortaya çıkması halinde bunun nedenlerini ve alınması gereken önlemleri hükûmete yazılı olarak bildirmek ve kamuoyuna açıklamakla sorumludur. Aynı maddede, TCMB'nin bilanço, kâr ve zarar hesaplarını bağımsız denetim kuruluşlarına denetlettirebileceği de ifade edilmektedir. Bu kapsamda TCMB, şeffaflık ilkesi çerçevesinde 2000 yılından itibaren bağımsız denetim raporlarını, yasal bir zorunluluk olmamasına karşın, Genel Ağ sitesinde yayımlamaktadır.

İletişim politikalarının tek elden oluşturulup yürütülmesi amacıyla 10 Ekim 2002 tarihinde İletişim Genel Müdürlüğü'nün kurulması, TCMB bünyesinde iletişim politikalarının kurumsallaşması açısından önemli bir gelişme olmuştur. 4 Ekim 2007 tarihinde İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü olarak yeniden yapılandırılan birimin temel görevleri arasında fiyat istikrarına ulaşmada kamuoyu oluşturmak, uygulanan politikaların doğru algılanmasını sağlamak ve basın ile ilişkileri yürütmek önemli bir yer tutmaktadır.

2001 yılı sonrasında değişen para politikası uygulamaları da şeffaflık ve iletişimin TCMB'nin politikalarının merkezinde yer almasının altında yatan bir diğer nedendir. Daha açık bir ifadeyle, 2002 yılında örtük olarak uygulamaya konulan, 2006 yılından itibaren ise açık olarak uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi rejimi, etkili bir iletişim stratejisini gerekli kılmıştır.

TCMB, 8 Ağustos 2001 tarihinde yaptığı bir duyuru ile 2002 yılında enflasyon hedeflemesi rejimine geçeceğini duyurmuş, 2002 yılının başında açıkladığı "2002 Yılında Para ve Kur Politikası ve Muhtemel Gelişmeler" duyurusunda ise uygulanacak para politikası rejimini "örtük enflasyon hedeflemesi rejimi" olarak tanımlamıştır. Bu doğrultuda, TCMB iletişim stratejisini ve araçlarını enflasyon hedeflemesi rejimi çerçevesinde geliştirmeye büyük özen göstermiştir.

2002-2005 yılları arası, açık enflasyon hedeflemesi rejimine geçişte gerekli koşulların oluşması için bir hazırlık dönemi olmuştur. Bu dönemde para politikasının etkinliğini kısıtlayan unsurların zayıflaması, aktarım mekanizmasının işleyişinin etkinleşmesi yönünde çalışılmış ve mali disiplinin desteğinin ve enflasyon hedeflerine güvenilirliğin artırılması amaçlanmıştır. Aynı zamanda, ekonomik birimlerin yeni rejimi öğrenme sürecine katkıda bulunmak amacıyla makroekonomik dengeler, para politikasının rolü benzeri kamuoyunun yabancı olduğu pek çok kavram raporlar, sunumlar ve basın duyuruları yoluyla tanıtılmıştır. Bu dönemden başlayarak, TCMB Başkanı tarafından yapılan konuşmalar önemli bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte, 2002 yılından itibaren TCMB yaptığı duyurularda enflasyonun görünümüne ve buna bağlı olarak politika faiz oranlarının seyrine ilişkin sinyaller vermeye başlamıştır.

Örtük enflasyon hedeflemesinden açık enflasyon hedeflemesine geçişte "geçiş yılı" olarak kabul edilen 2005 yılında, PPK toplantı tarihleri önceden açıklanmış, temel politika aracı olan kısa vadeli faiz oranlarına ilişkin kararlar ise toplantıyı takip eden iş günü yayımlanmaya başlanmıştır. Toplantının ardından iki gün içinde ise kararın bir gerekçesi niteliğinde olan ve TCMB'nin ekonomik duruma ilişkin değerlendirmelerini içeren bir açıklama yapılmaya başlanmıştır. Banka, tüm bunlar ile kararların zamanlamasının ve yönünün daha şeffaf ve daha öngörülebilir hale gelmesini ve beklenti yönetimine önemli ölçüde katkıda bulunmayı amaçlamıştır. Bunun sonucunda, enflasyon hedefi kamuoyu tarafından karar alma süreçlerinde giderek daha güvenilir bir çıpa olarak kullanılmaya başlanmıştır.

2006 yılında açık enflasyon hedeflemesi rejimine geçilmesi ile birlikte, şeffaflık ve hesap verme sorumluluğu alanında yeni adımlar atılmıştır. Kamuoyu tarafından kolay anlaşılabilirliği göz önüne alınarak, enflasyon hedefi "nokta hedef" olarak belirlenmiş ve Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE) üzerinden tanımlanmıştır. Enflasyon hedeflerinin içsel tutarlılığı ve diğer makroekonomik tahmin ve planlarla uyumu göz önünde bulundurularak enflasyon hedefleri üç yıllık bir hedef patikası dâhilinde açıklanmıştır. Bununla birlikte TCMB, enflasyonun herhangi bir dönemde içinde hedeften belirgin olarak sapması durumunda, bunun nedenlerini raporlar aracılığıyla kamuoyuna açıklayacağını ifade etmiştir. Enflasyon hedefi ile uyumlu enflasyon patikasının her iki yönünde belirlenen +/- 2 puanlık belirsizlik aralığının dışına çıktığı durumlarda ise TCMB Kanunu'nun 42. maddesi kapsamında bu durumun nedenlerinin ve alınması gereken önlemlerin hükûmete yazılı olarak bildirileceği ve kamuoyuna açıklanacağı duyurulmuştur.

2006 yılından itibaren kısa vadeli faiz oranlarına ilişkin kararlar PPK toplantısının bitiminde, kararın gerekçesini içeren kısa bir metin halinde bir basın duyurusu aracılığıyla kamuoyuna açıklanmaya ve Genel Ağ sitesinden duyurulmaya başlanmıştır. 2006 yılı boyunca Kurulun değerlendirmelerini ve enflasyon görünümüne yönelik duruşunu özetleyen bir metin toplantı tarihinden sonra beş iş günü içinde yayımlanmıştır.

Açık enflasyon hedeflemesi rejimi ile birlikte, TCMB'nin temel iletişim aracı enflasyon hedeflemesi rejimi uygulayan diğer ülkelerde olduğu gibi üç ayda bir yayımlanan Enflasyon Raporu olmuştur.

Tüm bunların yanı sıra TCMB, Başkanın konuşmaları, basın duyuruları, Genel Ağ sitesi, basın toplantıları, Finansal İstikrar Raporu, bültenler, kitapçıklar, ve benzeri araçlarla iletişim araçlarını giderek çeşitlendirmekte, politika uygulamalarını çeşitli platformlarda kamuoyuyla artan oranda paylaşmakta ve iletişim politikasının etkinliğini artırma yönünde çalışmalarına devam etmektedir.

Geçmişten bugüne bakıldığında, TCMB daha kurumsallaşmış bir iletişim stratejisi izlemektedir. Dünyada iletişim ve şeffaflık alanında meydana gelen gelişmeleri takip eden TCMB, diğer ülke merkez bankalarını ve akademik alanda yapılan çalışmaları da izleyerek stratejik planı doğrultusunda iletişim politikalarını her geçen gün geliştirmeye çalışmaktadır.

TCMB Döviz Kuru Politikası ve İletişim

22 Şubat 2001 tarihinde Hükûmet ve TCMB tarafından alınan ortak bir kararla döviz kuru rejimi "dalgalı kur rejimi" olarak belirlenmiştir. Bu kur rejimi çerçevesinde döviz kurlarının arz ve talep koşulları altında piyasa tarafından belirlenmesi esastır. Dalgalı kur rejimi altında döviz kuru politikası TCMB tarafından yürütülmektedir.



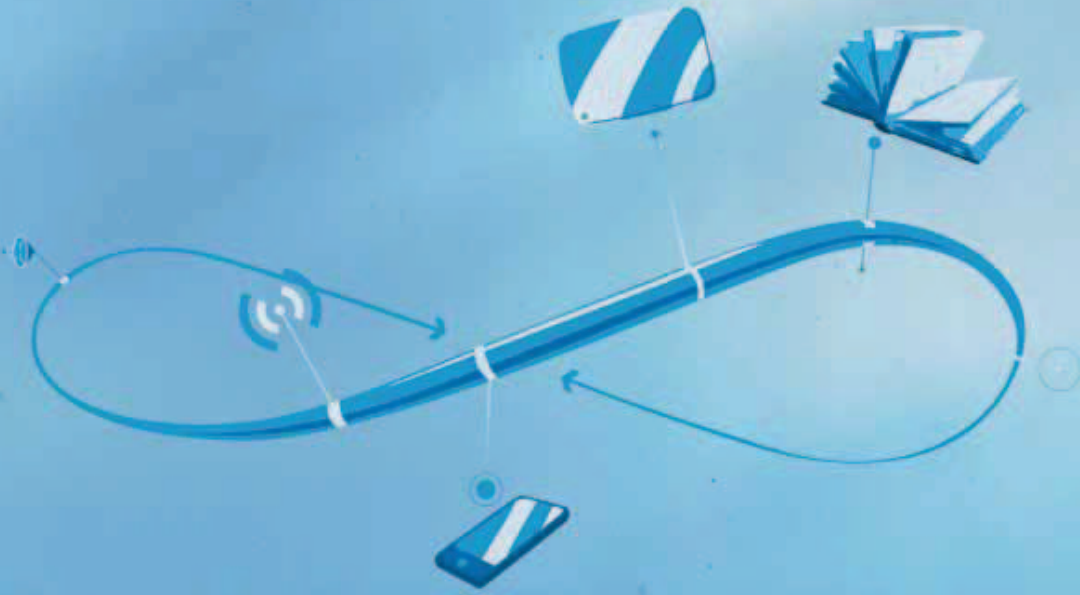
TCMB döviz piyasalarında temel olarak iki şekilde işlem yapmaktadır. İlk olarak, döviz kurunda her iki yönde oluşan veya oluşabilecek aşırı oynaklığı gidermek için oynaklığın nedenlerine bakarak piyasaya “doğrudan müdahale” etmektedir. İkinci olarak, döviz arzının yüksek olduğu dönemlerde rezerv biriktirme amaçlı olarak döviz kurunun seviyesini etkilemeden esasları önceden ilan edilmek suretiyle “döviz alım ihaleleri” düzenlemektedir. Öte yandan, TCMB döviz piyasasında derinliğin kaybolması durumunda sağlıklı fiyat oluşumlarını önlemek ve döviz piyasasına likidite desteği sağlamak amacıyla ihale esasları önceden ilan edilerek “döviz satım ihaleleri” de düzenleyebilmektedir.

Dalgalı kur rejimine geçilmesiyle birlikte, yeni rejime ve bu çerçevede uygulanan politikalara ilişkin ekonomik birimlerin bilgilerinin artırılmasına çalışılmıştır. Bu çerçevede, 2002 ve 2003 yıllarında yapılan döviz ihalelerinde ihale programları aylık olarak önceden açıklanmış ve ihalelere ilişkin tüm duyurularda amaçlar belirtilmiştir. 20 Aralık 2004 tarihinde yapılan “2005 Yılında Para ve Kur Politikası” başlıklı duyuruyla birlikte döviz ihalelerine ilişkin yıllık program açıklanmaya başlanmıştır. İhalelerin esas olarak açıklanan program çerçevesinde yürütülmesi hedeflense de, döviz arzına

ilişkin öngörülerin dışında önemli gelişmeler olması durumunda önceden duyurularak ihale programlarında değişiklikler yapılabilmektedir.

2001 yılından itibaren döviz piyasasına alım veya satım yönünde yapılan doğrudan müdahaleler, sonrasında nedenleri ile birlikte açıklanmaktadır. Her açıklamayla, yapılan doğrudan müdahalenin döviz kurunun seviyesine yönelik bir müdahale olmadığı, ancak aşırı oynaklığı önlemeye yönelik olduğunun vurgulanması ile dalgalı kur rejiminin uygulama esaslarının ve kararların altında yatan nedenlerin ekonomik birimlere aktarılmasında ve birimlerin beklentilerini yönlendirmede etkili olması amaçlanmaktadır.

Bunlara ek olarak TCMB, şeffaflık ve hesap verme sorumluluğu ilkeleri çerçevesinde 11 Temmuz 2002 tarihinden itibaren, müdahalelerde alımı veya satımı yapılan tutarları müdahalenin yapıldığı tarihten sonraki üç ayı takip eden ayın ilk iş günü Genel Ağ sitesinde yayımlamaktadır. TCMB, ilk kez 28 Temmuz 2003 tarihinde gerçekleştirdiği ve ardından 1 Eylül 2005 tarihinde güncellediği duyuruyla da uluslararası döviz rezervlerinin yönetim ilkelerini “Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasında Rezerv Yönetimi” başlığı altında Genel Ağ sitesinde yayımlamıştır.



TCMB İLETİŞİM ARAÇLARI

› Enflasyon Raporu

Enflasyon hedeflemesi rejimi çerçevesinde TCMB'nin temel iletişim aracı üç ayda bir yayımlanan Enflasyon Raporu'dur. Enflasyon Raporu, her yıl önceden duyurulan bir takvim çerçevesinde ocak, nisan, temmuz ve ekim aylarında yayımlanmakta olup Rapor'un genel değerlendirmesi Başkan ve PPK üyelerinin katıldığı bir basın toplantısı ile kamuoyuna sunulmaktadır.

Rapor'da enflasyon ve genel makroekonomik gelişmeler kapsamlı olarak ele alınmakta ve enflasyonu etkileyen unsurların genel değerlendirmesi yapılmaktadır. Enflasyon Raporu'nda TCMB'nin orta vadeli öngörülerini ve sayısal enflasyon tahminleri de yer almaktadır. Başlangıçta on sekiz ay için verilen tahminler, 2007 yılında iki yıllık bir zaman dilimini kapsayacak şekilde sunulmuştur. 2008 yılı Nisan ayından itibaren tahminlere, alternatif senaryolara göre üretilen tahminler de eklenmiş ve tahmin ufku üç yıla çıkarılmıştır. Böylelikle ekonomik birimlerin daha uzun vadeli bir bakış açısı ile karar alabilmeleri ve öngörülerinin artırılması amaçlanmaktadır. Ayrıca Rapor, gelecekte uygulanacak politikalara ilişkin

sinyaller içermesi bakımından da önem taşımakta olup önemli bir şeffaflık ve hesap verme aracıdır.

› PPK Faiz Kararı ve Toplantı Özeti

Enflasyon hedeflemesi rejimi çerçevesinde temel politika aracı olan kısa vadeli faiz oranlarına ilişkin kararlar ve bu kararların gerekçesini oluşturan toplantı özetleri de TCMB'nin temel iletişim araçları arasındadır. Para politikası kararı oluşturulduktan sonra karar ve gerekçesini özetleyen kısa bir metin "Faiz Oranlarına İlişkin Basın Duyurusu" başlığıyla toplantının yapıldığı gün saat 14.00'te TCMB Genel Ağ sitesinde yayımlanmaktadır. Kararın İngilizce çevirisi de yine aynı gün içinde yayımlanmaktadır. Para politikası kararlarının iletişimini desteklemek amacıyla hazırlanan "Para Politikası Kurulu Toplantı Özeti" ise toplantıyı takip eden beş iş günü içinde TCMB Genel Ağ sitesinde Türkçe ve İngilizce olarak açıklanmaktadır. TCMB enflasyona ve ekonomik görünüme ilişkin öngörülerini bu şekilde kamuoyuyla paylaşmaktadır. Duyurular eş anlamlı olarak elektronik posta aracılığıyla televizyon kanalları, haber ajansları, dergiler ve gazetelere gönderilmekte ve TCMB Genel Ağ sitesi üzerinden ilan edilmektedir. Ayrıca, duyurulara ilişkin

bağlantılar, Bankanın Genel Ağ sitesi üyelerine de eş anlı olarak gönderilmektedir.

› Konuşmalar

TCMB Başkanı, Başkan Yardımcıları ve diğer üst düzey yöneticiler tarafından yurt içinde ve yurt dışında para politikası uygulamaları, ekonomik görünüm, Bankayı ilgilendiren diğer çeşitli konulara ilişkin gerçekleştirilen konuşma ve sunumlar bir başka önemli iletişim aracıdır. İletişim faaliyetlerinin daha geniş bir kesime ulaşabilmesi için TCMB Başkanı, üç ayda bir ülkemizin çeşitli şehirlerinde şehrin sanayici ve işadamlarına, çeşitli üniversitelerde akademik çevrelere ve öğrencilere sunumlar yapmaktadır. Bu sunum ve konuşmalar, gerekli hallerde toplantı öncesi basın duyurusu ile kamuoyuna duyurulmaktadır. Başkan tarafından yapılan konuşma ve sunumların bir kısmının video görüntülerine Banka Genel Ağ sitesinden erişim mümkündür.

› Basın Duyuruları

Kapsamlı bir kitleye ulaşabilmesi ve takibinin kolaylıkla yapılabilmesi gibi nedenlerle TCMB'nin aktif ve etkili bir şekilde kullandığı diğer bir iletişim aracı basın duyurularıdır. Basın duyuruları, para ve döviz kuru politikası ile likidite yönetimi uygulamalarına, araçlarına veya bu araçların kullanımına ilişkin açıklama ve değişiklikler ile Bankanın temel işlevlerine ait kamuoyunun bilgilendirilmesinde yarar görülen konuların ilk elden kamuoyuna duyurulmasında etkili olarak kullanılmaktadır.

› Açık Mektup

TCMB 2006 yılı başından bu yana uygulamakta olduğu enflasyon hedeflemesi rejimi çerçevesinde ve Banka Kanunu'nun 42. maddesi gereğince enflasyonun hedeften belirgin olarak sapması veya sapma olasılığı ortaya çıkması durumunda hükûmete ve kamuoyuna hesap verme sorumluluğu taşımaktadır. Bu kapsamda, yıl sonu itibarıyla enflasyonun hedeften belirgin olarak sapması durumunda hükûmete açık mektup yazılmaktadır.

› Aylık Fiyat Gelişmeleri

TCMB, aylık enflasyon gelişmelerinin kamuoyu tarafından daha sağlıklı biçimde yorumlanmasına

katkıda bulunma amacıyla 2006 yılı Temmuz ayından itibaren, her ay Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından fiyat istatistiklerinin açıklanmasını takip eden iş günü enflasyon rakamlarına ilişkin değerlendirmelerini içeren "Aylık Fiyat Gelişmeleri" raporunu yayımlamaktadır.

› Finansal İstikrar Raporu

TCMB, finans sektörüne ilişkin görüş ve değerlendirmelerini, önceden açıklanan takvim çerçevesinde yılda iki defa yayımlanmakta olan Finansal İstikrar Raporu aracılığıyla kamuoyuyla paylaşmaktadır. Raporda, mali piyasalarda istikrarsızlık yaratabilecek riskler makro bazda değerlendirilmekte, risklerin zamanında ve etkin yönetilebilmesini sağlamak amacıyla yönelik olarak incelemeler yapılmaktadır.

› Basın ile İlişkiler ve Basın Bilgilendirme Toplantıları

Basın kuruluşları ve mensuplarının bilgi taleplerinin Bankamız iletişim politikası doğrultusunda hesap verebilirlik ve şeffaflık ilkeleri çerçevesinde cevaplandırılması, bilgi ve verileri içeren açıklamaların zamanında ve tek kanaldan yapılabilmesi ve kamuoyunun aydınlatılması amacıyla TCMB'nin basınla ilişkileri bir basın sözcüsü aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

TCMB tarafından kullanılan diğer bir iletişim aracı basın toplantılarıdır. Basın toplantıları Banka politikaları ve uygulamaları hakkında kamuoyunun basın kanalıyla aydınlatılması ve yanlış bilgilendirmenin önlenmesi amacıyla gerekli görüldüğünde düzenlenebilmektedir. Her yıl aralık ayında para ve kur politikasının resmi olarak açıklanması amacıyla Başkan ve PPK üyelerinin katılımıyla basın toplantıları düzenlenmektedir. Bunun dışında, Bankayı doğrudan ilgilendiren konulara ilişkin olarak da basın toplantıları yapılmaktadır.

Bankanın kamuoyuyla iletişiminde en önemli kanal olan medya ve ekonomi basınıyla yakından iletişim kurma amacıyla da zaman zaman ekonomi muhabirleri ve ekonomi editörleri ile basın bilgilendirme toplantıları düzenlenmektedir.

› Yıllık Para ve Kur Politikası Metinleri

TCMB her yıl aralık ayında, bir sonraki yılda uygulayacağı para ve kur politikasına ilişkin

bilgiyi şeffaflık ilkesi gereğince kamuoyu ile paylaşmaktadır. Bu çerçevede, her yıl için para ve kur politikasına dair hazırlanan politika metni kamuoyuna bir basın toplantısı ile duyurulmaktadır. TCMB bu metin ile enflasyon hedefleri, belirsizlik aralığı ve enflasyon hedefiyle ilgili patikayı; karar alma süreci ve iletişim, döviz kuru politikası ve likidite yönetimine ilişkin esasları; PPK toplantı tarihlerini ve Enflasyon Raporu ile Finansal İstikrar Raporu'nun yayımlanma takvimlerini kamuoyuyla paylaşmaktadır.

› TCMB Stratejik Plan

TCMB, kamusal, kurumsal ve küresel alanlardaki hizmetlerini ne şekilde, hangi şartlar altında yürüttüğünü ve gelecekte neler gerçekleştirmek istediğini açıklamak ve para politikasını yürütmenin yanı sıra diğer tüm işlevlerine yaklaşımını göstermek amacıyla stratejik planlar hazırlamakta ve faaliyetlerini bu planlar dâhilinde yürütmektedir. Bu kapsamda 2011–2015 yılları için hazırlanan Stratejik Plan, şeffaflık ve hesap verme sorumluluğu çerçevesinde 2010 yılı sonunda kamuoyu ile paylaşılmıştır. Stratejik Plan'da Bankaya yasayla verilen görevler ve kurumsal iç destek hizmetleri göz önünde bulundurularak 30 tema belirlenmiş, bu temalar "kamusal", "küresel" ve "kurumsal" olmak üzere üç stratejik alan içinde toplanmıştır. İletişim faaliyetlerinin geliştirilmesi ve hesap verme sorumluluğunun yerine getirilmesine verdiği önemi Stratejik Plan'a yansıtan TCMB, bu faaliyetleri kamusal alan teması olarak tanımlamış ve Stratejik Plan'da çerçevesini çizmiştir.

› TCMB Genel Ağ Sitesi (www.tcmb.gov.tr)

Genel Ağ sitesi, TCMB tarafından en etkili kullanılan iletişim araçlarından biri olup 1994 yılında kullanıma açılmıştır. TCMB Genel Ağ sitesi aracılığıyla, Banka tarafından yayımlanan tüm veri, yayın ve duyurulara; araştırma, çalışma tebliğleri ve kitapçıklara; Başkan, Başkan Yardımcıları ve diğer üst düzey yöneticiler tarafından yapılan konuşma ve sunumlar ile Banka ile ilgili her türlü ayrıntılı bilgiye ulaşmak mümkündür. 2000 yılında kullanıma sunulan "Siteye Üyelik" sistemi aracılığıyla ise Genel Ağ sitesi üyeleri, yapılan güncellemelerden anlık, günlük ve haftalık

bilgilendirme seçenekleri ile elektronik ortamda haberdar olabilmektedir.

TCMB Genel Ağ sitesi aracılığıyla kamuoyunun kullanımına sunulan önemli bir araç ise EVDS'dir. EVDS, istatistiksel zaman serilerinin dağıtımını sağlayan dinamik ve etkileşimli bir veri dağıtım sistemi olup bu sistem ile piyasa, para-banka, TCMB bilançosu, dış borç, dış ticaret, ödemeler dengesi, kamu maliyesi, üretim, istihdam ve ücret verileri ile Elektronik Fon Transfer (EFT) Sistemi ve Elektronik Menkul Kıymet Transfer (EMKT) Sistemi verilerine, fiyat endekslerine ve TCMB tarafından düzenlenen anketlerin sonuçlarına, zaman serisi ve/veya grafik olarak 7 gün 24 saat ulaşılabilmektedir.

Ayrıca, Genel Ağ sitesi üzerinden verilen iletisimbilgi@tcmb.gov.tr elektronik posta adresine gönderilen TCMB ile ilgili her soruya yanıt verilmekte yine TCMB Genel Ağ sitesinde yer alan Bilgi Edinme sayfası aracılığıyla Bilgi Edinme Hakkı Kanunu çerçevesinde Bankaya ulaşan sorular Banka birimlerince cevaplandırılmaktadır.

Genel Ağ sitesi dönemin gerekleri çerçevesinde ve belirli aralıklarla yeniden yapılandırılmaktadır.

› Kitapçıklar-Bültenler

TCMB kamuoyunu faaliyetleri hakkında bilgilendirmek ve toplumun tüm kesimlerinde bilinirliğini güçlendirmek amacıyla, kitapçıklar ve bültenler yayımlamaktadır.

Enflasyon, enflasyon hedeflemesi rejimi, TCMB tarihi ve benzeri konularda hazırlanan kitapçıklar; üniversiteler, kütüphaneler, kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları gibi geniş bir hedef kitleye gönderilmekte olup talep halinde ücretsiz olarak kişilere posta aracılığıyla ulaştırılmaktadır. Bu kitapçıklara TCMB Genel Ağ sitesi aracılığıyla da erişilebilmektedir.

Bunun yanı sıra, TCMB üç ayda bir Türkçe ve İngilizce olarak yayımlanan "TCMB Bülten" yayınıyla da kamuoyunu TCMB'nin faaliyet alanına giren konular ile TCMB'den yayınlar ve haberler konusunda bilgilendirmektedir. Toplumun farklı kesimlerine ulaştırılmakta olan TCMB Bülten'e Genel Ağ sitesi aracılığıyla da erişilebilmektedir.

► Yayınlar-Veriler

TCMB, Genel Ağ sitesinde yer alan Yayınlar başlığı altında para politikasına ve ekonomik gelişmelere ilişkin ek bilgiler sağlamak amacıyla düzenli aralıklarla yayımlamakta olduğu raporları; Central Bank Review, çalışma tebliğleri ve ekonomi notlarından oluşan araştırma yayınlarını ve uzmanlık tezlerini kamuoyunun bilgisine sunmaktadır.

Veriler başlığı altında ise döviz kurları, piyasa ve bankacılık verilerinin yanı sıra, TCMB tarafından düzenlenen anketlerin sonuçları ve dönemsel olarak derlenen veriler yayımlanmaktadır. TCMB, bu bölümde Resmi İstatistik Programı dahilinde açıkladığı verilere ilişkin yayımlama takvimini de duyurmaktadır.

► Diğer Araçlar

TCMB, uluslararası platformlarda etkinliğini artırmak ve politika uygulamalarının tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla para politikası kapsamında önem arz eden çeşitli konularda uluslararası konferanslar düzenlemektedir. Bu konferanslar çeşitli ülkelerden merkez bankacıları, akademisyenleri ve finans piyasalarından katılımcıları bir araya getirerek zengin bir bilgi alışverişi ortamı sağlamaktadır.

TCMB, akademik çevrelerle iletişimin artırılması amacıyla oluşturduğu Akademik Çalışmalar için Mali Destek Programı aracılığıyla, yurt içinde ve yurt dışında yerleşik üniversiteler ile ekonomi-finance alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların düzenledikleri akademik ve/veya politika üretmeye yönelik konferanslar ile benzeri diğer akademik ve politika üretici çalışmalara da maddi destekte bulunmaktadır.

Bunun dışında TCMB merkez bankacılığı veya para politikası konularında yapılan akademik çalışmaların desteklenmesini sağlamak ve bu çalışmalara daha geniş kesimlerin ulaşabilmesine katkıda bulunmak amacıyla Türkiye ekonomisi, merkez bankacılığı veya para politikası konularında yazılmış doktora tezleri ile uluslararası hakemli dergilerde yayımlanmış makalelerin katılabileceği bir yarışma düzenlemektedir.

Kamuoyunun farklı kesimleri ile iletişimin çeşitlendirilmesi ve TCMB'ye yöneltilen görüşme taleplerinin karşılanması kapsamında banka ekonomistleri ile teknik toplantılar düzenlenmekte, bu toplantılarda katılımcılara TCMB'nin politika uygulamaları hakkında teknik nitelikte sunumlar yapılmaktadır.

TCMB, sahip olduğu kültürel değerleri sosyal sorumluluk çerçevesinde fiziki koşullar ve uzaklıklarla sınırlı kalmadan sergilemek ve sahip olduğu varlıklar ile politikalar hakkında daha geniş bir kitleye ulaşabilmek için bir Sanal Müze oluşturmuştur. Müze'de Osmanlı döneminden günümüze banknotlar, TCMB'nin kurumsal tarihini ve geçmiş çalışmalarını yansıtan kıymetler, tarihi nitelikteki eşyalar ve Bankanın sahip olduğu sanat koleksiyonundan seçkiler sunulmaktadır. Sanal Müze'ye TCMB Genel Ağ sitesi üzerinden ulaşılabilir.

Banka iletişim faaliyetleri kapsamında zaman zaman çeşitli CD'ler ve kitaplar da hazırlamakta ve kamuoyuna sunmaktadır. Örneğin 2005 yılında Tarih Vakfı'nın işbirliğiyle yayımlanmış olan "Türkiye'de Enflasyonun Tarihi" başlıklı çalışma ve CD, Osmanlı Devleti Döneminden itibaren enflasyon gelişmelerini tarihi bir bakış açısı ile alan bir albüm kitaptır. Kitabın CD'si TCMB Genel Ağ sitesi aracılığıyla kamuoyu ile paylaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, Bankanın 75. Kuruluş Yılı Dönümü kutlama etkinlikleri çerçevesinde Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)nun işbirliğiyle hazırlanmış olan ve Bankanın tarihçesi ile işlevlerini anlatan "Geçmişten Geleceğe Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası" belgeseli de Bankanın Genel Ağ sitesinde yer almaktadır.

TCMB, Bankayı ziyarete gelen yerli ve yabancı konuklara bilgilendirici sunumlar yaparak iletişim faaliyetlerini çeşitlendirme çalışmalarına devam etmektedir.



YAKINDAN BAKIN

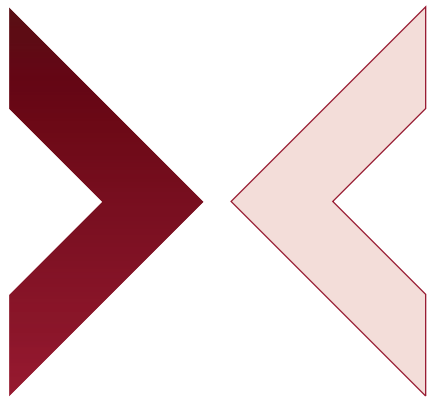
GENEL AĖ SITESİNDEN SEÇİLMİŐ BAŐLIKLAR

Konuşmalar
Duyurular
Araştırma Yayınları
Uzmanlık Tezleri
Çalışma Tebliğleri
Ekonomi Notları
Kitaplar – Çalışmalar
Sıkça Sorulan Sorular
Temel Politika Metinleri
Konferanslar
Filmler ve CD'ler
İnsan Kaynakları



Aylık Fiyat Gelişmeleri
Bağımsız Denetim Raporları
Bank for International Settlements (BIS) - Konsolide ve Yerel Bankacılık İstatistikleri
Bank for International Settlements (BIS)-Tezgahüstü Döviz ve Türev Piyasaları Anketi
Banka Kredileri EĖilim Anketi
Beklenti Anketi
Central Bank Review
Enflasyon Raporu
Finansal İstikrar Raporu
Finansal Kesim DıŐındaki Firmaların Döviz Varlık ve Yükümlölükleri
Haftalık Basın Bülteni
İktisadi Yönelim Anketi ve Reel Kesim Güven Endeksi
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı
Ödemeler Dengesi İstatistikleri ve Uluslararası Yatırım Pozisyonu
Ödemeler Dengesi Raporu
Özel Sektörün Yurt DıŐından Sağladığı Kredi Borcu
Para ve Banka İstatistikleri
Reel Efektif Döviz Kuru
Sektör Bilançoları
TCMB Bülten
Tüketici EĖilim Anketi ve Tüketici Güven Endeksi
Uluslararası Rezervler ve Döviz Likiditesi
Yatırım Anketi
Yıllık Rapor
Yurt Dışında Yerleşik KiŐilerin Mülkiyetindeki Menkul DeĖerler

Yayınlarmıza www.tcmb.gov.tr adresinden ulaşabilirsiniz.



ISBN (basılı) : 978-605-5758-50-9
ISBN (elektronik) : 978-605-5758-49-3