

BÜLTEN

ANALİZLER GÖRSEL KÜTÜPHANE KAVRAMLAR



Merkezin Güncesi Adlı Blog Sayfası Kullanıma Açıldı

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası çalışanlarının görüşlerini kamuoyu ile paylaşabilmeleri, tartışmaya açabilmeleri ve ekonomi gündemine zamanlı katkıda bulunabilmeleri amacıyla oluşturulmuş olan Merkezin Güncesi blog sitesi kullanıma açılmıştır.

[\[Sayfa 2\]](#)

Merkez Bankalarının Sosyal Medya Kullanımı

21. yüzyılın medya ortamı, insanların haberleşme yöntemlerini de değiştirmiş, bilgiye erişim, bilginin paylaşımı, tüketilmesi süreçlerini de etkilemiş ve dönüştürmüştür. Dünyadaki pek çok merkez bankası gibi TCMB de paydaşları ve kamuoyu ile iletişimde sosyal medya araçlarından faydalanmaktadır.

[\[Sayfa 3,4,5\]](#)

TCMB'DEN YAYINLAR

- TCMB Ekonomi Notları
- TCMB Çalışma Tebliğleri

KISA KISA...

- "Finansal Kuruluşlarda Denetim Çalıştayı"
- "Uses of Central Balance Sheet Data Offices' Information" Konulu Konferans

TERİMLER SÖZLÜĞÜ

[\[Sayfa 6\]](#)

TCMB FAİZ ORANLARI (20 Aralık 2016)

Geç Likidite Penceresi TCMB Gecelik Borçlanma Faiz Oranı: %0	TCMB Gecelik Borçlanma Faiz Oranı: %7,25	1 Hafta Vadeli Repo İhale Faiz Oranı: %8,00	TCMB Gecelik Marjinal Fonlama Oranı: %8,50	Geç Likidite Penceresi TCMB Gecelik Borç Verme Faiz Oranı: %10,00
--	--	---	--	---

TCMB REZERVLERİ (23 Aralık 2016)

BRÜT DÖVİZ REZERVİ

95,73 Milyar ABD Doları

ALTIN

14,39 Milyar ABD Doları

ENFLASYON (Kasım 2016)

% 7,00

MERKEZİN GÜNCEİ ADLI BLOG SAYFASI KULLANIMA AÇILDI

MERKEZİN GÜNCEİ

ANALİZLER GÖRSEL KÜTÜPHANE KAVRAMLAR



FINANSAL İSTİKRAR, 16 ARALIK 2016

Emeklilik Fonlarında Mevduat Vadesinin Uzaması Sistemin Vade Uyumsuzluğunu Azaltabilir

Yatırımların finansmanı açısından emeklilik fonlarının uzun vadeli olması, risk primlerinin ve dolayısıyla borçlanma maliyetlerinin de aşağıya çekilmesine katkı vermekte.



FINANSAL İSTİKRAR, 16 ARALIK 2016

Hanehalkı Finansman Kaynağı Olarak Finansman Şirketleri

Son dönemde hem banka kredilerinin ılımlı büyüme kaydetmesi hem de yeni finansman şirketlerinin faaliyetine başlaması sonucu finansman şirketlerinin hanehalkı yükümlülükleri içindeki önemi giderek artmakta.

Bankamız çalışanlarının görüşlerini kamuoyu ile paylaşabilmeleri, tartışmaya açabilmeleri ve ekonomi gündemine katkıda bulunabilmeleri amacıyla oluşturulmuş olan Merkezin Güncesi blog sitesi 1 Aralık 2016 tarihinde kullanıma açılmıştır.

www.tcmbblog.org adresinde yer alan blog sitesi; Analizler, Görsel Kütüphane ve Kavramlar bölümlerinden oluşmaktadır. Bunlara ek olarak, blog sayfasında Sanat Koleksiyonu için de bir bölüm tasarlanmıştır.

Analizler bölümünde Bankamız mensuplarının merkez bankacılığı ve para politikası konularında, "TCMB Blog ve Yayın Yönetim İlkeleri" uyarınca yazdıkları yazılar yer almaktadır.

Görsel Kütüphane bölümünde Bankamız tarafından yayımlanan raporlarda öne çıkan noktaları özetleyen infografikler ile blog sayfasında yer alan yazılara ilişkin kısa videolar bulunmaktadır.

Kavramlar bölümünde ise para politikası alanında sıkça kullanılan kavramların

kısa açıklamalarına yer verilmektedir.

Para politikasından bağımsız olarak TCMB'ye ait eserler ile sanatçılar hakkındaki kısa bilgilere, blog sayfasında yer verilen Sanat Koleksiyonu bölümünden ulaşılmaktadır.

Türkçe ve İngilizce yayın yapan blog sitesi, blogda yapılan paylaşımlar hakkında bilgilendirmelerde bulunan <https://twitter.com/TCMBBlog> Twitter hesabından da takip edebilir.

MERKEZİN GÜNCEİ

ANALİZLER GÖRSEL KÜTÜPHANE KAVRAMLAR



VİDEO, 6 ARALIK 2016

2017 Yılı Para ve Kur Politikası

2017 Yılı Para ve Kur Politikası'nın genel değerlendirmesinin yer aldığı video.



VİDEO, 30 KASIM 2016

Türk Bankacılık Sisteminde Yabancı Para Likidite Kalkanı Güçlü - Video

Ahmet Deryol ve Figen Özcan tarafından hazırlanan çalışmanın video sunumu.

MERKEZ BANKALARININ SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Sosyal medya; yeni nesil web teknolojilerinin hizmete sunulmasıyla birlikte gelen kullanıcı kolaylığı ve tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir. Sosyal medyanın temelleri 1980 yılında Duke Üniversitesinden iki lisansüstü öğrencisinin "Usenet" adı verilen uluslararası tartışma platformunu kurması ile atılmıştır. Bu alandaki bir başka önemli adım 1997 yılında "Open Diary" adıyla günlük yazarlar için bir sosyal ağ oluşturulmasıdır. "Weblog" terimi ilk olarak bu dönemde kullanılmış ve takip eden yıl bir blogger tarafından "weblog" teriminin "we blog" olarak bir cümlede kullanılması sonrasında "blog" terimi bütün dillerde kullanılmaya başlanmıştır. Yüksek hızlı internet erişiminin yaygınlaşması ile birlikte İnternet üzerinden iletişim zaman içinde artmış ve

Blogger: İnternet üzerinde bir sayfa üzerinden görüş, düşünce veya deneyimlerini düzenli olarak başkaları ile paylaşan kişi

2003 yılında "Myspace"nin ve 2004 yılında "Facebook"un kurulması ile "sosyal medya" kavramı da günlük hayatımıza girmiştir.

Günümüzde Genel Ağ siteleri, forumlar, bloglar, sosyal ağlar (networking), birden fazla yazarın katılımıyla oluşturulmuş Genel Ağ siteleri olan wiki'ler, yer işaretleyicileri, fotoğraf veya video paylaşım siteleri, sosyal etiketleme (social bookmarking) siteleri ve buna benzer platformlar sosyal medya içinde tanımlanmaktadır. Anılan sosyal medya platformlarını kullananların sayısı İnternetin ve akıllı telefonların yaygınlaşmasına bağlı olarak günden güne artmaktadır. 2016 yılı ilk çeyreği itibarıyla Facebook kullanıcı sayısı 1,65 milyar ile dünya nüfusunun beşte birini aşmıştır. YouTube kullanıcı sayısı ise 1 milyarı aşmış olup her gün YouTube'dan video izleyen kişi sayısı 2014 yılı Mart ayından bu yana yıllık bazda yüzde 40 artmıştır. Bu durum, sosyal medyanın kurumsal iletişimde de kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir.

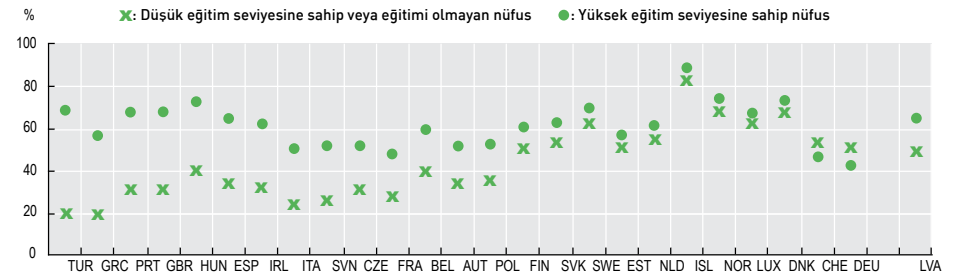
Sosyal medya kullanımı, kurumsal iletişimde de farklı olanaklar sağlamaktadır (Tablo 1). Öncelikle, sosyal medya sadece yazılı değil, görsel ve işitsel materyal kullanımına olanak tanıması nedeniyle paydaşlarla kurulan iletişime çeşitlilik sağlamaktadır.

TABLO 1. KURUMSAL İLETİŞİMDE SOSYAL MEDYANIN SUNDUĞU OLANAKLAR

- Sadece yazılı değil, görsel ve işitsel materyal kullanımına olanak sağlaması
- Geri bildirim alma-verme olanağı
- Daha geniş kitleye erişim olanağı
- Misyon ve faaliyetlerin görece düşük maliyetle paylaşılması olanağı

İkinci olarak, sosyal medya paylaşımlara, ürünlere veya izlenen politikalara yönelik geri bildirim alma imkânı getirerek daha demokratik bir ortam sağlamaktadır. Böylece daha önce tek taraflı olan veya geri bildirim daha uzun bir yol kat ettiği kurumsal iletişim sosyal medya sayesinde evrim geçirmiş, bu sayede kurumların paydaşları ile karşılıklı doğrudan ve anında iletişim kurması olanağı doğmuştur. Sosyal medyanın bu özelliği hükümetlerin, yerel yönetimlerin ve kamu kurumlarının giderek artan oranda sosyal medya kullanması sonucunu ortaya çıkarmıştır. 2016 yılı Mayıs ayı itibarıyla Birleşmiş Milletler üyesi ülkeler arasında 173 ülkede devlet ve/veya hükümet başkanlarının (veya genel olarak hükümetin) toplam olarak 793 Twitter hesabı bulunmakta, 169 ülkenin hükümetinin ise 537 Facebook hesabı bulunmaktadır.¹ Merkezi hükümetlerin yanı sıra yerel yönetimler, bakanlıklar, ajanslar ve kamu kurumları da sosyal medya ortamında varlık göstermektedir.

Grafik 1: Sosyal Medya Kullanıcılarının Farklı Eğitim Düzeyine Sahip Nüfusa Göre Payı, 2014



Sosyal medya kullanımı kurumların daha geniş kitlelere ulaşmasına da potansiyel olarak olanak tanımaktadır. Öte yandan, ülkelerin sosyal medya kullanımlarının yaygınlığına bakıldığında ise önemli farklılıklar görülmektedir. Bazı ülkelerde düşük eğitim düzeyine sahip kişiler ile yüksek eğitim düzeyine sahip kişilerin sosyal medya erişimleri arasındaki fark ihmal edilebilir düzeyde iken, bazı ülkelerde bu farkın açık olduğu gözlenmektedir (Grafik 1).

Dolayısıyla sosyal medya daha geniş kitlelere erişim olanağı sunmakla birlikte her ülkede bu sonuca yol açması beklenmemelidir.

Son olarak, sosyal medya kurumlara görece düşük maliyetle kamuoyu algısını tespit etme, kamuoyu algısını ve beklentilerini yönlendirme imkânı sağlamaktadır.

Özet olarak, küreselleşen dünyada ve rekabetçi iş dünyasında kurumların başarısında kamuoyu algısını yönlendirmek ve bunu düşük maliyetle yapmak son derece önem taşımaktadır. Tüketiciler, hissedarlar, yatırımcılar ve çalışanların da aralarında bulunduğu paydaşlardan geri bildirim alınması kurumların uzun vadede başarısını doğrudan etkilemektedir. Kurumların sosyal medyadaki varlığı ve paylaşımları kurumların misyonunun, girişimlerinin ve bu girişimlerin sonuçlarının kamuoyuna doğrudan aktarılmasını sağlamaktadır.

Sayılan tüm bu olanaklar ve barındırdığı kapasite ile bugün itibarıyla sosyal medya kurumsal iletişimin vazgeçilmez bir unsurudur.

¹ Twiplomacy Study 2016

MERKEZ BANKALARININ SOSYAL MEDYA KULLANIMI

1990'lı yıllar öncesinde merkez bankacılığı alanında iletişim açısından oldukça muhafazakâr bir tutum sergilenirken ve para politikalarının "sürpriz etkisi" yaratmasının daha etkili olduğu düşünülürken, bu dönem sonrasında şeffaflık, güvenilirlik ve hesap verebilirlik kavramları ön plana çıkmıştır. Günümüzde artık merkez bankalarının politikalarında şeffaflık olmasının kamuoyunun izlenen para politikalarını daha iyi anlamasına yardımcı olduğu ve bekleşimlerin daha iyi yönetilerek para politikasının daha etkili olmasını sağladığı hem teorik açıdan hem de dünyada özellikle enflasyon hedeflemesi uygulayan merkez bankalarının deneyimlerine bakıldığında kabul edilmiş bir gerçektir.

Para politikası iletişiminin merkez bankaları için daha fazla önem kazanması ve kurumsal iletişimde sosyal medyanın artan oranda kullanılmaya başlanması sonucunda merkez bankaları sosyal medya ortamını kullanmaya başlamışlardır. Sosyal medya platformları içinde merkez bankaları tarafından en fazla kullanılan araçlar Twitter ve YouTube'tur. Merkez bankaları tarafından daha geç kullanılmaya başlanan Facebook ise kurumsal iletişimde diğer platformlardan daha az tercih edilmektedir. Benzer şekilde, LinkedIn de merkez bankaları tarafından özellikle iş ilanları ile kariyer ve iş mülakatları alanındaki paylaşımları duyurmak amacıyla kullanılmaktadır. Merkez bankaları² arasında ilk olarak Norveç Merkez Bankası 2006 yılında Youtube hesabı açarak sosyal medyayı kullanmaya başlamıştır. 2008 yılında ise Kanada Merkez Bankası Twitter, Youtube ve Flickr hesapları açarak bu konuda öncülük etmiştir. Facebook ise ilk olarak Polonya Merkez Bankası tarafından 2011 yılında kullanılmaya başlanmıştır.

Sosyal medya platformları her ne kadar anlık iletişime olanak tanısa da merkez bankaları işlerinin doğası gereği bu platformları ihtiyatla kullanmaktadırlar. Merkez bankalarının sosyal medya ortamındaki faaliyetleri incelendiğinde, genel olarak bu platformlardan Genel Ağ sitelerinde yer verdikleri duyuru, veri, yayın ve konuşmaları paylaştıkları; piyasalarda yanlış anlamalara yol açmamak amacıyla "anlık" paylaşımlardan kaçındıkları gözlenmektedir.

Sosyal medya platformları merkez bankalarına video, fotoğraf, animasyon gibi daha fazla görsel ve işitsel öge paylaşma; vurgulanmak istenen konulara daha fazla vurgu yapılabilmesi konularında olanak sağlamakta ve iletişimde çeşitlilik sağlamaktadır.

SOSYAL MEDYA KULLANAN MERKEZ BANKALARINDAN ÖRNEKLER

YouTube kanalını aktif olarak kullanan Norveç Merkez Bankası, para politikası kararlarının yanı sıra farklı alanlarda da Norveççe ve İngilizce olarak hazırladığı videolar paylaşmaktadır. Örneğin, Norveç Merkez Bankasında çalışma, emeklilik fonu gibi konularda hazırlanan videolar söz konusu kanaldan paylaşılmıştır. Banka son olarak 2017 yılında kullanıma çıkarılacak yeni banknotlara ilişkin 4 bölümden oluşan bir video serisi ile bu serinin hepsini içeren uzun bir video yayımlamıştır.



Working at Norges Bank 656 görüntüleme • 2 yıl önce

Günümüzde Kanada Merkez Bankası duyurular için kullandığı Twitter hesabına ek olarak, iş ilanları için ayrı bir hesap kullanmaktadır. Bu hesapların yanı sıra YouTube, Flickr ve LinkedIn hesaplarına sahiptir. Kanada Merkez Bankası da para politikası alanında yaptığı bilgilendirmelere ek olarak 2018 yılında dolaşıma çıkaracağı 10 dolarlık banknotun tasarımına ilişkin yürüttüğü kampanyayı Twitter hesabından kamuoyu ile paylaşmıştır. İş ilanları için kullanılan Twitter hesabında ise farklı eğitim seviyeleri için düzenlenen yarışmalar ile Banka bünyesinde açılacak staj, burs ve çalışma imkânları duyurulmaktadır.

Bank of Canada (@bankofcanada) · Dec 8
#bankNOTEable Viola Desmond was chosen from 461 nominees for Canada's next \$10 bill, in 2018. bit.ly/1W6c1iW



Polonya Merkez Bankası da gerek para politikasına ilişkin kararlarını gerekse düzenlediği sosyal etkinliklere ilişkin bildirimleri sahip olduğu Twitter, YouTube, Flickr, LinkedIn ve Facebook hesapları aracılığıyla paylaşmaktadır. Banka Lehçe olan Facebook hesabında, bastırılan hatıra paralar, Banka bünyesinde halka açık olan müze, finansal eğitim kapsamında düzenlediği yarışmalar gibi konularda duyurular yapmaktadır.

NBP Narodowy Bank Polski
8 Kasim · €
We wtorek 8 listopada Narodowy Bank Polski wprowadził do obiegu nowe monety kolekcjonerskie – złotą i srebrną – upamiętniające generała Józefa Hallera. To kolejne monety z serii „Stulecie odzyskania przez Polskę niepodległości”.
<http://www.nbp.pl/home.aspx...>



İngiltere Merkez Bankası da sosyal medya alanında aktifliğiyle örnek gösterilmektedir. Bankanın, diğer bankalardan farklı olarak videolarını paylaştığı Periscope hesabı da bulunmaktadır. Banka Eylül ayında dolaşıma sürülen yeni 5 sterlinlik banknotun tanıtımı kapsamında yürüttüğü kampanya faaliyetlerini sahip olduğu Twitter, YouTube, Flickr, LinkedIn ve Facebook hesaplarının her birinde paylaşmış olup farklı şehirlerde düzenlenen organizasyonlara ilişkin bilgilendirmelerde bulunmuştur.

² Almanya, ABD, Avusturya, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Endonezya, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, İngiltere, Japonya, Kanada, Macaristan, Meksika, Norveç, Polonya, Rusya, Şili, Yeni Zelanda merkez bankaları ve Avrupa Merkez Bankası

YouTube hesabında Başkan tarafından yapılan tanıtım konuşması ile banknot özellikleri ve basımına ilişkin olarak üç video yayımlayan BoE, Facebook hesabında oluşturduğu "The New Fiver Unveil Event" isimli albüm aracılığıyla düzenlenen etkinlikte çekilen fotoğrafları paylaşmıştır.

Bank of England @bankofengland - Jul 13
#TheNewFiver is being showcased at @UKParliament. Learn more about the new polymer banknote: thenewfiver.co.uk



BoE Twitter hesabında ise yeni banknota ve güvenlik özelliklerine ilişkin görseller yer vererek tanıtım için düzenlenen etkinliklerin tarihlerine ilişkin bilgilendirmelerde bulunmuştur.

Bank of England @bankofengland - Aug 13
 Counting down to **#TheNewFiver**. Arriving in 30 days. thenewfiver.co.uk



TCMB ve Sosyal Medya

Dünyadaki pek çok merkez bankası gibi TCMB de kamuoyu ve paydaşları ile iletişimde sosyal medya araçlarından faydalanmaktadır. TCMB'nin sosyal medya kullanmaya başlaması 5 Haziran 2014 tarihinde yayımlanan "Finansal Erişim, Finansal Eğitim ve Finansal Tüketicinin Korunması Stratejisi ve Eylem Planlarına İlişkin Başbakanlık Genelgesi"ne dayanmaktadır. Söz konusu Genelge çerçevesinde, "Tasarruf Bilincinin Artırılması ve Kuruş Kullanımının Özendirilmesi" ile "Medya Çalışanlarının İhtiyaç Duyulan Finansal Konularda Bilgilendirilmesi" konularında koordinatör/sorumlu kuruluş olarak TCMB görevlendirilmiştir. Bu doğrultuda, 24 Haziran 2014 tarihinde yapılan basın duyurusu ile TCMB'nin sosyal medya araçlarını finansal eğitimi desteklemek amacıyla kullanmaya başladığı kamuoyuna duyurulmuştur. Bu tarihten itibaren TCMB'nin Genel Ağ sitesinde yer alan duyuru, çalışma, veri, anket ve raporlar ile tasarruf bilincinin artırılması ve kuruş kullanımının özendirilmesine

yönelik görsel materyal, ilgili sosyal medya araçları aracılığıyla paylaşılmaya başlanmıştır. Sosyal medya platformları kullanılmaya başlandığı tarihten itibaren takipçi sayısı sürekli artmıştır. TCMB tarafından sıklıkla paylaşım yapılan mecraya olan Twitter (@Merkez_Bankasi) hesabında takipçi sayısı 2016 yılı Aralık ayı sonu itibarıyla 53 bini aşmıştır. Twitter'da TCMB'nin Genel Ağ sitesinde yayımlanan duyuru, istatistik, çalışma tebliği, ekonomi notu, yayın ve raporlar "hashtag" olarak adlandırılan etiketler ile paylaşılmaktadır. Türkçe Twitter hesabı için kullanılan etiketler #TCMBDuyuru, #TCMBVeri, #TCMBÇalışmaTebliği, #TCMBEkonomi-Notları, #TCMBYayın, #TCMBSunum, #TCMBEkonomist ve #MerkezinGüncesi'dir. İngilizce Twitter hesabı için kullanılan etiketler ise #CBTRReleases, #CBRTData, #CBTRRemarks, #CBRTWorking-Papers ve #CBRTEconomist'tir. #TCMBDuyuru kapsamında Para Politikası Kurulu Kararları, Banka tarafından yayımlanan Enflasyon Raporu, Finansal İstikrar Raporu, Yıllık Rapor gibi düzenli raporlar, eleman alımları ve Banka tarafından yapılan diğer duyurular paylaşılmaktadır. #TCMBVeri kapsamında TCMB tarafından yayımlanan veriler ilan edilmektedir. #TCMBÇalışmaTebliği kapsamında Araştırma ve Para Politikası Genel Müdürlüğü bünyesinde yapılan araştırmaların hakem değerlendirmesi sürecinden geçtikten sonra sunulduğu yayın serisi paylaşılmaktadır. #TCMBEkonomiNotları kapsamında ekonomik gelişmelere dair tartışmalarla zamanlı bir katkıda bulunmak ve TCMB bünyesinde Türkiye ekonomisi ve para politikası üzerine yapılan çalışmaların sonuçlarını kamuoyuyla paylaşmak amacıyla hazırlanan hakemli yayın olan Ekonomi Notları paylaşılmaktadır. #TCMBYayın kapsamında üç ayda bir yayımlanan TCMB Bülteni; #TCMBSunum kapsamında TCMB Başkanı ve Başkan Yardımcıları tarafından yapılan sunumlar veya sunum videoları; #MerkezinGüncesi kapsamında Blog'ta yayımlanan paylaşımlara ilişkin bilgiler paylaşılmaktadır.

Bankanın YouTube kanalında iki tür paylaşım öncelik verilmektedir. "Para Politikasına İlişkin Videolar" kapsamında para politikası ile ilgili videolara ve Başkan tarafından gerçekleştirilen sunum videolarına yer verilirken, "Tasarruf Bilinci" videoları kapsamında ise çocuklara yönelik tasarruf konulu çizgi filmler ve gerçekleştirilen etkinliklerden videolar paylaşılmaktadır.

Bankanın Flickr hesabından Banka tarafından gerçekleştirilen basın toplantıları ile çeşitli etkinliklerden fotoğraflar paylaşılmaktadır. Bankanın Facebook hesabından ise TRT Çocuk

dergisi iş birliği ile hazırlanan "Kuruş Ailesi" çizgi öyküsü ve bulmacaları, tasarruf temalı çizgi filmler ve çocuklar için düzenlenen aktivitelerden çeşitli fotoğraflar paylaşılmaktadır.

TCMB söz konusu sosyal medya platformlarını aktif şekilde kullanarak farklı kesimlere ulaşmakta, aynı zamanda sosyal medya platformlarında TCMB ve TCMB politikaları hakkındaki paylaşımları da takip etmektedir. Örneğin, takipçi sayısı en fazla olan Twitter'da TCMB'nin belli bir dönemde hangi tweetleri paylaştığı, bu tweetlerin görüntülenme ve etkileşim sayıları incelenerek hangi tweetlerin diğerlerine oranla daha çok ilgi çektiği analiz edilmektedir. Aynı şekilde, TCMB'nin paylaşımlarına gelen yorumlar, TCMB'nin veya herhangi bir terimin içinde geçtiği tweetler incelenerek çeşitli kesimlerin genel olarak TCMB'nin politikalarına ilişkin algısını takip etme olanağı bulunmaktadır. Sosyal medyanın kurumsal iletişim kavramında bir devrim yaratarak değiştirip dönüştürdüğü ve teknolojinin ilerleme ve bireylerin sosyal medyayı daha fazla kullanma eğiliminin süreceği dikkate alındığında TCMB'nin de sosyal medyayı gelecekte artan oranda kullanacağı düşünülmektedir.

Kaynakça:

- Blinder, A., Ehrmann, M., Fratzscher, M. De Haan, J., Jansen, D. (2008), "Central Bank Communication and Monetary Policy: A Survey of Theory and Evidence, NBER Working Paper No: 13932, April 2008.
- Kaplan, Andreas M., Haenlein M. (2010), "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", Business Horizons, 53, s.59-68.
- Matthews, L. (2010), "Social Media and the Evolution of Corporate Communications", The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 1. No. 1, Winter 2010. <http://goo.gl/SOMu14>.
- Mickleit, A. (2014), "Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers", OECD Working Papers on Public Governance, No:26, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5jxrmghmk0s-en>.
- OECD (2015), "Social Media Use by Governments", in Government at a Glance 2015, OECD Publishing, Paris, http://dx.doi.org/10.1787/gov_glance-2015-46-en.
- Woodford, M. (2005), "Central Bank Communication and Policy Effectiveness", NBER Working Paper No: 11898, December 2005.

TCMB'DEN YAYINLAR

TCMB Ekonomi Notları:

- Yabancı Yatırımcı Payının Uzun Dönem Borçlanma Faiz Oranı Üzerindeki Etkileri (Erdal Yılmaz, Canan Yüksel Yücel, Sayı: 16/32, 02 Aralık 2016)
- Bankacılık Sektörünün Likidite Pozisyonu ve Mevduat Faizleri ile İlişkisi (Koray Alper, Tanju Çapacıoğlu, Sayı: 16/31, 25 Kasım 2016)
- Türkiye ve Güney Kore Ekonomilerinde Yakınsama: Mikro ve Makro Gözlemler (Fatma Pınar Erdem, Cihan Yalçın, Sayı: 16/30, 21 Kasım 2016)
- Büyümede Kompozisyonun Önemi: Güney Kore ve Türkiye (Selen Andıç, Sayı: 16/29, 21 Kasım 2016, İngilizce)

Ekonomi Notlarına ulaşmak için:

www.tcmb.gov.tr (Yayınlar/Araştırmalar/Ekonomi Notları)



Çalışma Tebliğleri

- Türkiye'de Hafif Araç Satışları (Ufuk Demiroğlu, Çağlar Yüncüler, Sayı: 16/27, Aralık 2016, İngilizce)
- Çocuk Bakım Fiyatları ve Kadınların İşgücüne Katılımı: Bir Meta-Analiz (Yusuf Emre Akgündüz, Janneke Plantenga Sayı: 16/26, Aralık 2016, İngilizce)
- Türkiye'de Reel Ücretler ve İş Çevrimleri (Altan Aldan, H. Burcu Gürçihan Yüncüler, Sayı: 16/25, Kasım 2016)
- İhracat, Real Döviz Kuru ve Yabancı Para Cinsi Maliyetler: Türkiye İmalat Sanayi Firmaları için Ampirik Bulgular (Nazlı Toraganlı, Cihan Yalçın, Sayı: 16/24, Kasım 2016, İngilizce)
- Gölgede Girişimcilik: Servet Kısıtları ve Kamu Politikaları (Semih Tümen, Sayı: 16/23, Kasım 2016, İngilizce)
- Zorunlu Askerliğin Askerlik Öncesi İşgücü Piyasasına Etkileri (Huzeyfe Torun, Sayı: 16/22, Kasım 2016, İngilizce)

Çalışma Tebliğlerine ulaşmak için:

www.tcmb.gov.tr (Yayınlar/Araştırmalar/Çalışma Tebliğleri)



KISA KISA...

"Finansal Kuruluşlarda Denetim Çalıştayı" 1-2 Ekim 2016 Tarihlerinde Ankara JW Marriott Otel'de Gerçekleştirildi

Bankaların denetimi konusunda şimdiye kadar oluşmuş bilgi ve tecrübeler ışığında, öne çıkan konuların ve önümüzdeki denetim dönemlerinde yapılabileceklerin değerlendirildiği Çalıştay'da, Bankamız müfettişlerince bankalar ve finansman şirketleri nezdinde yapılan denetimler sonucu düzenlenen denetim raporlarıyla ilgili olarak karşılıklı görüş alışverişinde bulunulmuş, görüş ve öneriler paylaşılmıştır. Ayrıca, Türk Eximbank Genel Müdürü Sayın Hayrettin Kaplan tarafından ihracat reeskont kredileri kullanımları, Bankacılık Genel Müdürlüğü yetkililerince küresel finansal reform gündemindeki gelişmeler, Ödeme Sistemleri Genel Müdürlüğü yetkililerince de uluslararası kuruluşlar nezdinde ödeme sistemleri konusunda yürütülen çalışmalar hakkında Bankamız üst yönetimine bilgi sunumları yapılmıştır.

"Uses of Central Balance Sheet Data Offices' Information" Konulu Konferans 26 Eylül 2016 Tarihinde İzmir Özdere Eğitim, Seminer ve Dinleme Sitesinde Gerçekleştirildi

Bankamız ev sahipliğinde, BIS-Irving Fisher Committee on Central Bank Statistics (IFC) ve European Committee of Central Balance Sheet Data Offices (ECCBSO) tarafından ortaklaşa olarak düzenlenen Konferans, ECCBSO kapsamında düzenlenen ilk akademik etkinlik olma özelliğini taşımakta, bu çerçevede veri sağlayıcıları ve kullanıcılarını bir araya getirmesi nedeniyle ayrıca önem arz etmektedir. Merkez Bankaları Bilanço Merkezleri verilerinin tanıtımı, bu verilerle yapılan çalışmalar ve risk analizleri başlıklı üç ana oturumdan oluşan konferansta, ECCBSO'nun çeşitli çalışma gruplarında görev alan temsilciler, Almanya, İtalya, Portekiz merkez bankaları, BIS, Avrupa Merkez Bankası ve Bankamızdan katılımcılar sunumlarıyla katkıda bulunmuştur.

Daha fazla bilgi için:

www.tcmb.gov.tr (Eğitim&Akademik/Konferanslar)



TERİMLER SÖZLÜĞÜ

Hesap Verebilirlik: Merkez bankalarının aldıkları kararlardan, bunların sonuçlarından ve kurumsal yönetiminden topluma karşı sorumlu olması anlamına gelmektedir. Hesap verme sorumluluğu merkez bankası bağımsızlığının bir gereği olup, çeşitli şekillerde yerine getirilebilmektedir. Bunlar kanunla belirlenmiş yükümlülükler, iç ve dış denetimler ve merkez bankaları tarafından uygulanan şeffaflık ve iletişim politikaları olarak sıralanmaktadır.

Şeffaflık: Merkez bankaları açısından şeffaflık, para politikası stratejisinin, amaçlarının ve uygulamalarının kamuoyu tarafından anlaşılmasını sağlayacak bilgilerin sağlanmasıdır. Bu açıdan şeffaflık, merkez bankalarının kamuoyuna sadece daha fazla bilgi sağlamasını değil bu bilgilerin kamuoyu tarafından anlaşılabilir olmasını da ifade etmektedir. Hesap verme sorumluluğunun bir yansıması olan şeffaflık, para politikası uygulamalarının ve bu uygulamaların gerekçelerinin kamuoyuna açıklanmasına ve böylece güvenilirlik ölçüsünde beklentilerin politika hedefleri doğrultusunda oluşmasına katkıda bulunması nedeniyle merkez bankaları politikalarının etkinliği açısından önem taşımaktadır.

Tasarruf: Tüketimin gelecekteki bir tarihe ertelenmesi sonucunda gelirin tüketim için harcanmayan kısmıdır. Gelecekte daha fazla kazanç elde etme isteği veya ileride ortaya çıkabilecek beklenmedik durumlara karşı önlem alma içgüdüğü bireylerin tasarruf eğilimlerini artıran sebeplerdendir.

TCMB Terimler Sözlüğüne ulaşmak için:

www.tcmb.gov.tr (Eğitim&Akademik/Terimler Sözlüğü)



YAYIN KURULU

Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
Hakan Atasoy

Yayın Kurulu: Ergün Meric, Yücel Yazar, Sevgi Serpil Atalay Güven, Dr. Oğuzhan Bilgic, Feriha Bulut, Özge Eldeniz, Merve Bozkurt

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü
Anafartalar Mah. İstiklal Cad. No: 10
06050 Ulus Altındağ Ankara
TCMB'nin ücretsiz yayınıdır.

SAYI: 44 / ARALIK 2016

SOSYAL MEDYA

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından
6 ayda bir yayımlanmaktadır.



Merkez_Bankasi



TurkiyeCumhuriyetMerkezBankasi



TCMerkezBankasi



Merkez_Bankasi