

Ahonen, Jukka

Working Paper

## Suomen Pankki ja tiedotusvälineet: Virkamiesten ja taloustoimittajien vuorovaikutus

Bank of Finland Discussion Papers, No. 20/1996

**Provided in Cooperation with:**

Bank of Finland, Helsinki

*Suggested Citation:* Ahonen, Jukka (1996) : Suomen Pankki ja tiedotusvälineet: Virkamiesten ja taloustoimittajien vuorovaikutus, Bank of Finland Discussion Papers, No. 20/1996, ISBN 951-686-515-1, Bank of Finland, Helsinki,  
<https://nbn-resolving.de/urn:nbn:fi:bof-20140807620>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/211770>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

---

# SUOMEN PANKIN KESKUSTELUALOITTEITA

---

20/96

Jukka Ahonen

Tiedotusyksikkö  
26.9.1996

Suomen Pankki ja tiedotusvälineet  
– virkamiesten ja taloustoimittajien vuorovaikutus

**Suomen Pankki**  
**PL 160, 00101 HELSINKI**  
**☎ (90) 1831**

**Jukka Ahonen**

Tiedotusyksikkö  
26.9.1996

**Suomen Pankki ja tiedotusvälineet  
– virkamiesten ja taloustoimittajien vuorovaikutus**

ISBN 951-686-515-1  
ISSN 0785-3572

Suomen Pankin monistuskeskus  
Helsinki 1996

# Suomen Pankki ja tiedotusvälineet – virkamiesten ja taloustoimittajien vuorovaikutus

## Suomen Pankin keskustelualoitteita 20/96

Jukka Ahonen  
Tiedotusyksikkö

### Tiivistelmä

Tässä selvityksessä kartoitetaan Suomen Pankin ja tiedotusvälineiden vuorovaikutusta. Selvitystä varten on haastateltu Suomen Pankin kahdeksaa keskeistä virkamiestä ja kahdeksaa talouspolitiikkaa seuraavaa keskeistä taloustoimittajaa. Selvitys käsittelee ulkoista viestintää ennen kaikkea rahapolitiikan harjoittamisen näkökulmasta.

Suomen Pankissa haastatellut virkamiehet tuntuivat sisäistäneen varsin hyvin tiedotuksen nykyiset peruslinjaukset, joiden mukaan tiedotus palvelee pääosin rahapolitiikkaa ja on mahdollisimman avointa. Näkemykset heijastavat vallitsevaa rahapolitiikan suuntausta, jonka mukaan rahapolitiikalla tulisi olla vain yksi tavoite – hintavakaus. Tavoitteen saavuttamiseksi mahdollisimman vähäisin kustannuksin keskuspankki tarvitsee uskottavuutta. Tämä taas edellyttää itsenäisyyttä, säännönmukaista rahapolitiikkaa ja politiikan artikuloimista selkeästi julkisuudessa. Keskuspankin viestintä nähdään vallitsevien teorioiden käytännön jatkeena ja osana nykyaikaista rahapolitiikkaa. Käytännössä keskuspankin virkamiehet antoivat kuitenkin avoimuudelle erilaisia sisältöjä. Jotkut suosivat todellisuudessa varsin matalaa profiilia: ennustetta ei haluttu julkistaa, talouspoliittisesta keskustelusta haluttiin vetäytyä ja toimittajiin suhtauduttiin varauksellisesti. Toiset olivat taas valmiit julkistamaan pankin ennusteen ja heittäytymään varsin vapaasti talouspoliittiseen keskusteluun.

Haastateltujen toimittajien arviot Suomen Pankin kyvystä viestiä rahapoliittisesta linjastaan koskivat lähinnä viime vuosia, jolloin rahapolitiikkaa on harjoitettu inflaatiotavoitteen mukaan. Haastatellut kokivat johdon vaihtumisen vuonna 1992 ja siirtymisen uuteen regiimiin muuttaneen myös tapaa viestiä rahapolitiikasta – erityisesti avoimempaan suuntaan. Nykylinjaan myönteisimmin suhtautuvat näkivät pankin selkeänä viestijänä, joka on rakentanut tiedotuksensa inflaatiotavoitteen ympärille. Kielteisimpien arvioiden mukaan pankki ei osaa vielääkään kertoa viestiään “kansan kielellä”, vaan turvautuu osittain epävarmuuttaan koukeroiseen “munkkilatinaan”.

Toimittajien näkemykset Suomen Pankista on tulkittava varsin myönteisiksi, jos niitä peilaa vuosikymmenen alun imagokriisiin ja nykyiseen taloudelliseen tilanteeseen. Lisääntynyt avoimuus on otettu myönteisesti vastaan. Toimittajat pitivät pankkia myös asiantuntevana. Menneisyyden varjona pankkia rasittaa toimittajien kokema etäisyys, hitaus ja joustamattomuus. Toimittajat arvioivat keskuspankkia paljon avoimuus – sulkeutuneisuus – akselilla ja sen kautta, kuinka heihin suhtaudutaan. Keskuspankkiirille avoimuus ja julkisuus ovat ennen kaikkea toiminnan välineitä, joilla pyritään pankin perustehtävän – hintavakauden – saavuttamiseen.

Asiasanat: Suomen Pankki, viestintä, rahapolitiikka, imago, journalismi

# The Bank of Finland and the media – interaction between officials and financial journalists

Bank of Finland Discussion Papers 20/96

Jukka Ahonen  
Information Unit

## Summary

This survey article examines the interaction between the Bank of Finland and the media. It is based on interviews with eight Bank of Finland key officials and eight key financial journalists specializing in economic policy. The survey deals with external communication, primarily from the viewpoint of the conduct of monetary policy.

The Bank of Finland officials who were interviewed are apparently fully involved in the current information policy frame, according to which the Bank's communication efforts serve primarily monetary policy purposes and are as transparent as possible. The officials' views reflect the present day thinking of monetary policy, which defines price stability as the primary objective of monetary policy. The central bank needs credibility to achieve this target at a minimum cost. This again calls for independence, consistency in monetary policy and clear articulation of the policy message to the public. Central bank communication is seen as a practical extension of prevailing theories and as an integral part of modern monetary policy. However, the central bank officials gave a variety of meanings to the concept of transparency. Some favoured in fact a very low profile: they were disinclined to publish Bank forecasts, they were inclined to withdraw from economic policy discussion and they showed a reserved attitude towards journalists. In contrast, others were prepared to publish Bank forecasts and to participate quite freely in economic policy debate.

The interviewed journalists' evaluations of the Bank of Finland's ability to communicate its monetary policy stance focused mainly on the last few years, during which monetary policy has been based on inflation targeting. The management reshuffle at the Bank in 1992 and the changeover to a new regime were perceived as having also caused a change in the Bank's way of signalling its monetary policy intentions: clearly, there was a move towards more transparency. Those who took the most positive stand on the Bank's present policy line saw the Bank as an effective communicator – institution that has founded its information policy on the basis of inflation targeting. According to the most negative evaluations, the Bank still is not able to express itself in laymen's language and so instead, partly out of uncertainty, resorts to embellished jargon.

The journalists' views on the Bank of Finland must be interpreted as fairly positive when viewed in the light of the Bank's image 'crisis' at the beginning of the 1990s and the current economic situation. The increased transparency has met with a favourable response. The Bank was also regarded as competent, but the distance, slowness and inflexibility that the journalists had come to experience on the part of the central bank were still felt to cast a shadow from the past on the Bank. The journalists' evaluation of the central bank was largely based on a continuum running from very communicative to uncommunicative and, on that basis how the Bank dealt with the media. For a central banker, transparency and publicity are, above all, operational tools that the bank can use in its efforts to fulfil its primary function – ensuring price stability.

Key words: Bank of Finland, communication, monetary policy, image, journalism

# Sisällys

1 Johdanto	7
2 Ulkoinen viestintä läntisissä keskuspankeissa	9
3 Suomen Pankin ulkoinen viestintä	11
4 Pankkilaisten näkemyksiä Suomen Pankin ulkoisesta viestinnästä	14
4.1 Yleistä	14
4.2 Ulkoisen viestinnän perustehtävät	14
4.3 Viestinnän aiheiden rajaus	15
4.4 Lausuntojen keskittäminen ja avoimuus	16
4.5 Ennusteiden julkisuus	18
4.6 Pankin imago - arvioita ulkoisen viestinnän onnistumisesta	19
4.7 EMU-tiedottaminen	22
5 Pankkilaisten näkemyksiä talousjournalismista	23
5.1 Yleistä	23
5.2 Journalismin tehtävä ja hyvä taloustoimittaja	23
5.3 Talousjournalismi	25
6 Taloustoimittajien näkemyksiä Suomen Pankista	27
6.1 Yleistä	27
6.2 Suomen Pankin kyky viestiä rahapolitiikastaan	27
6.3 Suomen Pankin valta	29
6.4 Suomen Pankin imago	30
6.5 Suomen Pankin avoimuus	32
6.6 Suomen Pankin EMU-kanta	37
6.7 Toimittajien odotuksia ja käytännön kokemuksia SP:n tiedotuksesta	38
7 Taloustoimittajien kommentteja SP:n edustajien räikeimpiin väittämiin tiedotusvälineistä	40
8 Johtopäätökset	48
Lähteet	51





# 1 Johdanto

Ulkoisen viestinnän merkitys on kasvanut Suomen Pankissa viime vuosina merkittävästi. Rahoitusmarkkinoiden sääntelyn purkaminen 80-luvulla muutti ratkaisevasti keskuspankin asemaa rahoitusmarkkinoilla. Suomen Pankki ei voi enää vaikuttaa talouteen antamalla ohjeita, määräämällä korkotasoja tai myöntämällä valuuttaluottoja. Nykypäivänä korot muodostuvat rahoitusmarkkinoilla; keskuspankki voi vaikuttaa lähinnä lyhyiden korkojen määräytymiseen. Pitkiin korkoihin keskuspankki pystyy vaikuttamaan vain odotusten kautta. Tähän tarvitaan johdonmukaista rahapolitiikkaa ja tehokasta viestintää.

Ulkoisen viestinnän tarvetta on lisännyt myös syyskuusta 1992 alkanut markan kellutus ja toimiminen uuden inflaatiotavoitteen mukaan. Uusi toimintaohje on pitänyt kertoa perusteellisesti rahoitusmarkkinoille ja yleisölle. Keskustelutaitojen merkitys on korostunut erityisesti talouden 90-luvun alun syvässä lamassa, joka on aiheuttanut julkisuudessa kriittisyyttä myös keskuspankkia kohtaan. Lisääntyviä paineita tiedotukselle on tuottanut ja tuottaa myös Euroopan rahataloudellinen yhdentyminen. Suomi on hyväksynyt Maastrichtin sopimuksen ja sitoutunut siirtymään talous- ja rahaliiton kolmanteen vaiheeseen. Hanke edellyttää laajaa suomenkielistä tiedottamista. Osa tiedotusvastuusta säilyttyy Suomen Pankille.

Tämä selvitys pohtii Suomen Pankin ja tiedotusvälineiden vuorovaikutusta. Selvityksen alussa luodaan lyhyt katsaus viestinnän tehtävään ja tavoitteisiin läntisissä keskuspankeissa. Tämän jälkeen esitetään lyhyesti Suomen Pankin ulkoinen viestintä, sen tehtävä, keinot ja välineet.

Selvityksen empiirinen osa perustuu teemahaastatteluihin. Sitä varten on haastateltu Suomen Pankista kahdeksaa keskeistä virkamiestä (johtokuntaa ja tiedotuspäällikköä ei ole haastateltu) ja kahdeksaa Suomen Pankin kannalta keskeisessä mediassa työskentelevää talouspolitiikkaa seuraavaa taloustoimittajaa. Talon sisäisten haastattelujen tehtävänä oli hahmottaa, miten pankissa koetaan ulkoisen viestinnän tehtävä, tavoitteet ja kenttä. Lisäksi kartoitettiin, miten osa pankin keskeisistä virkamiehistä tuntee joukkoviestimiä ja niiden tapaa toimia.

Taloustoimittajilta tiedusteltiin näkemyksiä Suomen Pankin ulkoisen viestinnän onnistumisesta, avoimuudesta, pankin imagosta ja EMU-tiedotuksesta. Taloustoimittajille tarjottiin mahdollisuus vastata myös joihinkin pankkilaisten esittämiin tärkeimpiin tiedotusvälineitä koskeviin väittämiin.

Suomen Pankin kannalta selvityksen paras anti on mahdollisuus kurkistaa kuin näyteikkunaan ja nähdä, mitä kahdeksan keskeistä taloustoimittajaa ajattelee keskuspankista ja sen julkisuuskuvasta. Taloustoimittajien ääni sai kaikua mahdollisimman autenttisena. Esille nousi varmasti uusia näkökohtia, joita ei välttämättä pankissa ole ajateltu. Oma analyysi ja johtopäätökset on kerätty selvityksen loppuun.

Pankkilaisille selvityksellä on myös mediakasvatuksellinen tehtävä. Taloustoimittajille annettiin mahdollisuus vastata joihinkin suomenpankkilaisten väitteisiin mediasta. Ehkä tämä osio auttaa ymmärtämään niitä periaatteita, joiden mukaan tiedotusvälineet toimivat.

Selvitys on myös aikalaisdokumentti. Haastattelut tehtiin huhti-toukokuussa 1996. Kelluvan valuuttakurssin regiimissä oli eletty vajaat neljä vuotta. Suomen Pankki oli laskenut korkoa edellisen vuoden syksyllä neljään otteeseen ja linja jatkui alkukeväästä. Viimeisimpien haastattelujen aikaan ERM-spekuloinnit alkoivat saada lehtien sivuilta tilaa. Haastattelujen ajankohta on hyvä pitää mielessä, kun materiaalia

lukee. Selvitys osoittaa itsessään myös sen, että pankki on joutunut toiminnassaan ottamaan huomioon entistä enemmän tiedotuksellisia asioita. Ulkoisesta viestinnästä on tullut luonnollinen osa harjoitettavaa rahapolitiikkaa.

Teemahaastatteluiden paras puoli on se, että kunkin haastateltavan kanssa voi mennä tarkasteltavan aiheen kannalta varsin syvälle. Kysymykset olivat tarkoituksella varsin yleisiä. Jos keskustelu kulki haastattelun aikana uusille urille, sitä ei yleensä estetty. Ainoa tarkkaan ohjattu osio on luvussa seitsemän, jossa toimittajat saivat reagoida esitettyihin väitteisiin.

Haastatteluista saatu aineisto ei luonnollisesti ole tilastollisesti yleistettävissä, vaan se on puhtaasti laadullinen. Toisaalta vaikutusvaltaisia ja talouspolitiikkaa läheisesti seuraavia taloustoimittajia ei ole paljon. Nyt oli valintakriteerinä lähinnä kyseisen henkilön vaikuttavuus, niin oman persoonan kuin välineensä kautta. Selvitys on myös retorinen siinä mielessä, että sekä pankkilaiset että tiedotusvälineiden edustajat kertovat itse toiminnastaan. Tällöin on hyvä muistaa, että ihanteet ja todellisuus eivät aina kohtaa toisiaan. Monet vastaukset ovat normatiivisia eli heijastavat sitä, mitä haluttaisiin olla, eikä sitä mitä ollaan. Mielenkiintoista olisi analysoida esimerkiksi uutisia ja pääkirjoituksia markkan kullunnan ajalta, jota haastattelut pääosin koskevat. Selvitykseen on jätetty paljon etenkin toimittajien suoria lainauksia: ne palvelevat ennen kaikkea pankkilaisia, jotka saavat mahdollisuuden tutustua "suoraan" toimittajien maailmaan.

Selvitys käsittelee ulkoista viestintää ennen kaikkea rahapolitiikan harjoittamisen näkökulmasta. Esimerkiksi rahoitusmarkkinoiden vakaus ja rahahuolto ovat oleellinen osa Suomen Pankin toimintaa, mutta näiden aiheiden käsittely jää tässä selvityksessä hyvin vähälle huomiolle.

## 2 Ulkoinen viestintä läntisissä keskuspankeissa

Läntiset keskuspankit<sup>1</sup> ovat muuttaneet viime vuosina selvästi suhtautumistaan julkisuuteen ja ulkoiseen viestintään. Keskuspankit ovat tulleet avoimemmiksi ja julkaisevat paljon enemmän tietoa kuin mitä esimerkiksi laki niiltä vaatii. Muutos on johtunut pääosin kahdesta seikasta. Yksi tekijä on muutokset poliittisessa ja taloudellisessa ympäristössä. Länsimaaisessa yhteiskunnassa on lisääntyvä paine avoimuuteen myös rahapolitiikassa. Tiedotusvälineet kirjoittavat, analysoivat ja arvostelevat vapaasti keskuspankkeja, joiden on luonnollisesti puolustauduttava. Toinen syy asennemuutokseen löytyy keskuspankeista itsestään: läpinäkyvyyden ja avoimuuden uskotaan auttavan rahapolitiikan harjoittamista.

Keskuspankkien käsitys avoimuudesta poikkeaa todennäköisesti kuitenkin esimerkiksi kansalaisen käsityksestä avoimuudesta. Keskuspankeilla on perusteltuja syitä pitää monia tietoja salaisina, kuten esimerkiksi rahapolitiikan valmistelu ja monet pankkikohtaiset tiedot. Keskuspankkien kannalta kysymys onkin sopivasta avoimuudesta, siitä, mihin raja avoimuuden ja luottamuksellisuuden välillä vedetään.

Suurin osa läntisistä keskuspankeista määrittelee ulkoisen viestinnän ensisijaiseksi tehtäväksi rahapolitiikan keskeisten tavoitteiden tukemisen - yleensä hintojen vakauden. Selkeästi asetettu tavoite ja sen ympärille rakennettu tehokas viestintä nähdään keinona parantaa rahapolitiikan uskottavuutta ja mahdollisesti tehokkuutta<sup>2</sup>, joka taloustieteen valtavirran mukaan lisää taloudellista hyvinvointia. Tehokas viestintä vaikuttaa odotuksiin, jotka vaikuttavat yritysten ja ihmisten käyttäytymiseen. Kun yleisö ymmärtää politiikan perusteet ja siihen tarvittavat keinot, se kestää paremmin myös lyhyellä tähtämellä kivuliaalta tuntuvia toimenpiteitä. Tämä helpottaa asetetun tavoitteen saavuttamista. Erityisen haasteellinen ulkoisen viestinnän tehtävä on silloin, kun inflaatiota pyritään alentamaan.

Keskuspankit harjoittavat ulkoista viestintää myös ulkoisen imagonsa vuoksi. Tämä luonnollisesti ei ole ristiriidassa edellä esitetyn tärkeämmän tavoitteen kanssa. Kansainvälisen järjestelypankin tekemän kyselyn mukaan keskuspankit haluaisivat nähdä itsensä julkisuudessa lähinnä "osaavina, itsenäisinä ja luotettavina". Jotkut keskuspankit halusivat näyttäytyä julkisuudessa myös "avoimina ja läpinäkyvinä". Monet keskuspankit korostavat tekemänsä tutkimuksen laatua.

Kolmas tärkeä keskuspankkien raportoima ulkoisen viestinnän tehtävä on tuottaa ja välittää yleisölle taloudellista tietoa. Tätä voidaan kutsua viestinnän valistustehtäväksi. Sen avulla pyritään myös vähentämään epävarmuutta ja lisätä hinnoittelun tehokkuutta rahamarkkinoilla. Tietämys keskuspankkien operaatioista tehostaa pankkien välisten markkinoiden toimintaa ja vähentää koron ja valuuttakursin vaihtelua. Tämän tekijän merkitys on korostunut, kun rahoitusmarkkinoiden sääntelystä on länsimaissa paljolti luovuttu. Tätä ulkoisen viestinnän tehtävää palvelevat taloudellinen tutkimus ja sen julkistaminen.

---

<sup>1</sup> Tämä kappale perustuu Kansainvälisen järjestelypankin selvitykseen "External Communications, Policies and Practices", (1995), Basel.

<sup>2</sup> Uskottavuus on yksi tämän hetken keskeisimpiä rahapolitiikan tutkimuskohteita. Hyvä talousteoreettinen esitys aiheesta on esimerkiksi Persson & Tabellini (1990).

Rahapolitiikastaan läntiset keskuspankit esittävät julkisuudessa enimmäkseen yleisiä ja strategisia seikkoja, politiikan valmistelu ja siihen liittyvä keskustelu on enimmäkseen sisäistä. Kaikki keskuspankit<sup>3</sup> julkaisevat sanallisesti rahapolitiikkansa lopputavoitteen. Jotkut keskuspankit kertovat yleisölle myös määrällisiä lopputavoitteita ja niitä palvelevat välitavoitteet.

Keskuspankit tiedottavat lähes poikkeuksetta tekemistään politiikkapäätöksistä ja usein myös perustelevat ne. Perusteiden julkistaminen vaihtelee kuitenkin eri maissa sekä ajoituksen että esitystavan mukaan. Joissain maissa perustelut annetaan julkisuuteen heti päätöksen yhteydessä, toisissa maissa perustelut kerrotaan myöhemmin, esimerkiksi keskuspankin omassa julkaisussa. Monissa tapauksissa lyhyt selitys annetaan heti, mutta myöhemmin seuraa laajempi selvitys toimenpiteistä. Moni keskuspankki julkaisee inflaatioreportin, joka kuvaa keskuspankin näkemyksiä tulevasta hintakehityksestä ja ennakoii siten tulevaa rahapolitiikkaa. Tämä on tapana (ja mahdollista) maissa, joissa harjoitetaan kelluvan valuuttakurssin politiikkaa.

Keskuspankkien välillä on suuria eroja siinä, kuinka paljon ne kommentoivat päivittäisiä markkinaoperaatioitaan. Joissakin maissa keskuspankit toimivat kotimaisilla rahamarkkinoilla näkyvästi tai tarjoavat tietoa tekemistään operaatioista. Joissakin maissa mitään operaatioita ei selitellä tai näin tehdään vain hyvin poikkeuksellisissa olosuhteissa. Myös valuuttamarkkinoilla käytäntö vaihtelee. Suurin osa keskuspankeista vahvistaa, että valuuttainterventioita on tehty. Joissakin tapauksissa myöhemmin kerrotaan myös kaupattut valuutat ja niiden määrät. Keskuspankit eivät kerro vastapuolia, tarkkoja valuuttakursseja eivätkä operaatioista koituneita voittoja tai tappioita.

Suurin osa keskuspankeista haluaa, että julkisuuteen ei pääse talon sisältä eriäviä mielipiteitä. Keskuspankin halutaan puhuvan yhdellä äänellä, koska monipäisyyden pelätään luovan epävarmuutta ja aiheuttavan epätoivottavia häiriöitä rahamarkkinoilla. Monissa keskuspankeissa työntekijöitä rohkaistaan pitämään matalaa profiilia julkisuudessa. Jos muut kuin "viralliset henkilöt" esittävät näkemyksiään, on tehtävä selkeä ero pankin linjan ja henkilön omien mielipiteiden välille. Pelkona on, että tiedotusvälineet eivät eroa osaa tai halua tehdä. Vain Yhdysvalloissa ja Isossa-Britanniassa yleisöllä on mahdollisuus tutustua rahapolitiikasta päättävän kokouksen pöytäkirjoihin. Tämä on mahdollista kuusi-seitsemän viikkoa kokouksen jälkeen. Englannin keskuspankki perustelee käytäntöä julkisuuden paineella ja keinona lisätä rahapolitiikan uskottavuutta.

---

<sup>3</sup> "Kaikki keskuspankit" viittaa tässä Kansainvälisen järjestelypankin selvitykseen osallistuneisiin 21 keskuspankkiin. Mukana oli myös kolme "ei läntistä" keskuspankkia, jotka eivät ole BISin jäseniä: Tshekin, Slovakian ja Romanian keskuspankit.

### 3 Suomen Pankin ulkoinen viestintä

Suomen Pankin ulkoisen viestinnän tavoite on tukea ensisijaisesti harjoitettavaa rahapolitiikkaa<sup>4</sup>. Pankin viestintästrategiaa määrää sitoutuminen noin kahden prosentin pohjainflaatiotavoitteeseen, jonka pankki täsmensi helmikuussa 1993. Erotettavissa ovat ns. operationaalinen viestintä, joka liittyy suoraan rahapolitiikan toimenpiteisiin ja niiden välittömään perustelemiseen. Taustalla tehdään kauaskantoisempaa viestintää, jonka tehtävänä on luoda imagoa ja lisätä tietoa niin keskuspankkitoiminnasta kuin taloudesta yleensä.

Suomen Pankin rahapoliittiset päätökset näkyvät heti sähköisten tietojärjestelmien Reutersin ja Teleraten ruuduilla. Samanaikaisesti lähetetään tiedotteet faksilla kotimaisille ja ulkomaisille tiedotusvälineille suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Rahapoliittisten päätösten - esimerkiksi huutokauppakoron muutoksen - yhteydessä ei automaattisesti järjestetä tiedotustilaisuutta. Jos päätös on johtokunnan mielestä tarpeeksi merkittävä, pidetään tiedotustilaisuus.

Tärkeitä ulkoisen viestinnän välineitä ovat myös pääjohtajan, johtokunnan ja muiden pankkilaisten antamat haastattelut ja taustakeskustelut. Uutiskynnyksen ylittävät usein helposti pääjohtajan ja muiden johtokunnan jäsenten pitämät puheet. Neljä kertaa vuodessa julkaistavan Markka & talous -lehden ilmestymisen yhteydessä järjestetään myös tiedotustilaisuus, joka saa yleensä tilaa tiedotusvälineissä. Kerran vuodessa pankki järjestää erikseen sekä taloustoimittajien että päätoimittajien tapaamisen. Lisäksi pidetään keskuspankkipolitiikkaa käsitteleviä esityksiä erilaisille ryhmille kansanedustajista koululaisiin.

Pankin julkaisemat tilastot - erityisesti maksutase- ja rahoitusmarkkinatilastot - saavat myös huomiota julkisuudessa. Markka & talous-lehden ohella pankilla on muita julkaisuja, kuten englanninkielinen kuukausittainen Bulletin. Merkittävistä tutkimuksista ja keskustelualoitteista pankki tekee tiedotteen ja pitää joskus myös tiedotustilaisuuden. Suomen Pankki julkaisee myös sähköisissä markkinainformaatiojärjestelmissä huutokauppakoron muutosten ohella (Reuters, Telerate) tietoja tärkeimmistä operaatioistaan, järjestelmistä ja toimenpiteistään. Näitä tietoja ovat pankkijärjestelmän likviditeettiennuste ja maksuvalmiusjärjestelmän kulloinkin voimassaolevat ehdot. Pankin ulkoisen viestinnän välineet ovat taulukossa 1.

---

<sup>4</sup> Suomen Pankin ulkoista tiedotustoimintaa on tutkinut Marjo Jäppinen (1993). Aihetta on sivuttu myös teoksessa Aaltonen - Aurikko - Kontulainen (1994): Rahapolitiikka Suomessa.

- Suomeksi, englanniksi ja ruotsiksi julkaistava vuosikirja
- Neljä kertaa vuodessa ilmestyvä Markka ja talous-lehti
- Englanninkielinen kuukausittainen Bulletin
- Tutkimusjulkaisut ja keskustelualoitteet
- Sähköiset markkinatietojärjestelmät
- Tilastot, maksutase ja rahoitusmarkkinat
- Rahapolitiikan päätöksistä kertovia lehdistötiedotteita ja -tilaisuuksia
- Pääjohtajan, johtokunnan ja muiden pankkilaisten antamat haastattelut
- Pankissa vierailevat ryhmät
- Yleistajuiset esitteet
- Vieraskynä-kirjoitukset, kolumnit
- Puheet
- Taustakeskustelut

Tätä selvitystä varten haastatellut kahdeksan toimittajaa korostivat taulukossa 1 alleviivattuina olevia kanavia tärkeiksi tiedotusvälineiden kannalta. Moni toimittaja sanoi saavansa Suomen Pankin toimista tietoa nopeimmin rahamarkkinoilta.

Suomen Pankissa sovelletaan hajautetumpaa ulkoisen viestinnän mallia kuin monessa muussa läntisessä keskuspankissa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, etteivät rahapolitiikasta lausu ainoastaan pääjohtaja ja johtokunnan jäsenet, vaan myös muut pankin johtavassa asemassa olevat virkamiehet. Todella tärkeistä linjakysymyksistä lausuntoja antavat vain pääjohtaja ja mahdollisesti joku muu johtokunnan jäsen. Hajautettu malli vaatii tehokasta sisäistä viestintää, jotta pankin virkamiehet olisivat valmiita antamaan lausuntoja pankin linjan mukaisesti. Asiantuntijoita rohkaistaan esiintymään julkisuudessa omaan alaansa liittyvissä kysymyksissä, mutta rahapolitiikkaan heidän ei haluta ottavan kantaa.

Pankin tiedotuksesta vastaa pääjohtaja. Nykyinen pääjohtaja Sirkka Hämäläinen on korostanut edeltäjiään enemmän avoimuuden ja läpinäkyvyyden merkitystä nykyaikaisessa rahapolitiikan harjoittamisessa. Läpinäkyvyys on tärkeää, koska keskuspankit ovat muuttumassa koko ajan itsenäisemmiksi päätöksentekijöiksi. Tämä vaatii sitä, että yhteiskunnassa tiedetään, mitä keskuspankki tekee. Lisäksi menestyksellisen rahapolitiikan harjoittamisen kannalta pankin toiminnan perusfilosofia pitää saada kerrottua ihmisille ja yrityksille selvästi. On myös korostettava, että kelluvan valuuttakurssin järjestelmä itsessään on mahdollistanut aikaisempaa vapaamman viestintäkulttuurin. Kelluvan valuuttakurssin oloissa ristiriitaiset lausunnot aiheuttavat pienempiä taloudellisia vahinkoja kuin kiinteän valuuttakurssin oloissa.

Pankin avoimuudella on kuitenkin rajansa. Suomen Pankissa käsitellään paljon ns. sisäpiiritiedoksi luokiteltavaa tietoa. Tällaisia ovat esimerkiksi politiikan valmisteluun liittyvät muistiot ja monet pankkikohtaiset tiedot. Luottamuksellisia ja salaisia asioita käsitteleviin henkilöihin sovelletaan yleisen lainsäädännön ohella Suomen Pankin sisäpiirimääräyksiä.

Luottamuksellisia ovat myös Suomen Pankin talousennusteet, joita ei pääsääntöisesti julkisteta. Lokakuussa 1995 pankki kuitenkin toi julkisuuteen huutokauppakoron laskun yhteydessä inflaatioennusteensa. Teolla haluttiin perustella tehtyä rahapoliittista päätöstä. Ennusteesta on julkaistu osia myös myöhemmin. Yleensä inflaationäkymistä kerrotaan sanallisesti sekä tiedotteissa, tiedotustilaisuuksissa että Markka & talous-lehden johdantoartikkelin talouden näkymiä käsittelevässä artikkelissa.

Suomen Pankin tapa viestiä inflaationäkymistä muistuttaa muiden länsimaisten keskuspankkien käytäntöä, jotka harjoittavat rahapolitiikkaa inflaatiotavoitteen mukaan. Esimerkiksi Englannin ja Uuden Seelannin keskuspankit julkaisevat säännöllisesti inflaatioennusteen. Ruotsin ja Espanjan keskuspankit taas viestivät näkymistään inflaatioreportilla. Yhteistä näille kaikille keskuspankeille on se, että julkaisemalla inflaationäkymiään ne haluavat lisätä politiikkansa uskottavuutta ja alentaa inflaatio-odotuksia. Koska käytäntö on jatkunut vasta muutaman vuoden, politiikan onnistumisesta eri maissa ei voi sanoa vielä mitään varmaa.

Suomen Pankki ei yleensä kommentoi tekemiään valuuttainterventioita, mutta se on kertonut toimintansa periaatteet. Jos pankki haluaa kommentoida interventioita, se tehdään usein suusanallisesti markkinakommentin yhteydessä ilman tarkkoja lukuja. Sääntö on se, että valuuttainterventioita koskeva tieto pidetään salassa. Pääpiirteisen kuvan interventioista saa kuitenkin seuraamalla valuuttavarannon muutoksia Suomen Pankin viikkotaseessa. Pankin vuosikirjassa on julkaistu avista- ja termiini-interventiot kuukausitasolla. Rahamarkkinakaupoista julkaistaan korko ja määrä välittömästi Reutersin ja Teleraten välityksellä. Rahamarkkinoiden likviditeetistä julkaistaan tarkempia lukuja viipeellä rahoitusmarkkinakatsauksessa.

Suomen Pankin edustajat ovat myös kommentoineet finanssipolitiikkaa ja tulopolitiikkaa. Perusajatuksena kuitenkin on, että lausuntojen pitää jotenkin liittyä keskuspankin perustehtävään, hintavakauteen. Suomea kohdanneen syvän laman ja korkean työttömyyden aikana myös Suomen Pankki on joutunut julkisen kritiikin kohteeksi. Tänä aikana on katsottu tarpeelliseksi puolustautua osallistamalla keskusteluun.



## 4 Pankkilaisten näkemyksiä Suomen Pankin ulkoisesta viestinnästä

### 4.1 Yleistä

Tätä selvitystä varten haastateltiin kahdeksaa keskeistä virkamiestä Suomen Pankista. Henkilöt valittiin pääosin sillä perusteella, että he ovat paljon tiedotusvälineiden kanssa tekemisissä. Johtokunta ja tiedotuspäällikkö rajattiin selvityksestä pois. Haastattelu oli tarkoituksellisesti varsin vapaamuotoinen, eikä seurannut orjallisesti ennaltamäärättyä kaavaa. Haastattelut kestivät noin 45 minuuttia ja ne tehtiin luottamuksellisesti. Kaikki pankissa haastatellut suhtautuivat selvityksen tekemiseen myönteisesti. Haastattelut nauhoitettiin.

Haastattelun ensimmäinen osio käsitteli Suomen Pankin ulkoisen tiedotuksen tehtävää ja merkitystä. Pankkilaisilta tiedusteltiin näkemyksiä myös tiedotuksen keskittämisestä, ennusteen julkisuudesta, pankin imagosta ja EMU-tiedotuksesta. Keskeisiä aiheita olivat muun muassa pankin ulkoinen viestintä ja sen onnistuminen, viestinnän hajautettu malli, pankin ennusteiden julkisuus sekä EMU-tiedotus ja Suomen Pankki.

### 4.2 Ulkoisen viestinnän perustehtävät

Suomen Pankin haastatellut edustajat sisäistivät yleisesti ulkoisen viestinnän päätehtäväksi rahapolitiikan toimenpiteiden perustelemisen. Tätä kuvattiin *välittömäksi* tai *operationaaliseksi* pankin viestinnän tehtäväksi. Käytännössä tämä tapahtuu esimerkiksi tehtyjen päätösten yhteydessä jaettujen tiedotteiden ja lehdistötilaisuuksien avulla.

Haastatellut kokivat myös, että Suomen Pankin tulee jakaa kansalaisille taloudellista tietoa. Tämä on eräänlainen viestinnän *valistustehtävä*. Tähän kuuluu pankin pidemmän aikavälin toiminnan tavoitteiden tekeminen ymmärrettäväksi yhteiskunnassa. Tehtävää palvelee pankin taloudellinen tutkimus ja sen julkistaminen.

Kolmas edellisiin liittyvä ulkoisen viestinnän tehtävä oli haastateltavien mukaan yleisen *myönteisen imagon luominen*. Tämä helpottaa pankin tekemien ratkaisujen hyväksyttävyyttä yhteiskunnassa ja lisää ymmärrystä esimerkiksi siitä, miksi korkoa pitää joskus nostaa. Imagon rakentaminen nähtiin erittäin tärkeäksi. Se samaistettiin uskottavuuden rakentamiseen. Uskottavuus taas nähtiin pääosin harjoitettavan politiikan tuotteeksi.

*“Tiedottaminen on luonnollinen osa rahapolitiikan harjoittamista. Jos koronlaskulla halutaan vaikuttaa luotonkysyntään, yksityiseen kulutukseen ja investointeihin, julkisuus palvelee tätä tarkoitusta.”*

*“Ensimmäinen tehtävä on välittää tietoa, mihin rahapolitiikalla kullakin hetkellä pyritään...Pitkällä aikavälillä pitää välittää tietoa, jotta kansalaiset ymmärtäisivät, miksi politiikkaa mitoitetaan eri tavoin.”*

*“SP:ssä tehdään paljon tutkimusta. Tämän tiedon jakaminen on arvokasta.”*

*“Imagolla on suurikin merkitys. Varsinkin silloin, kun pitää tehdä jotain, joka ei ole välttämättä kansalaisten tuloja lisäävää. Imago vaikuttaa siihen, miten joku toimenpide koetaan.”*

*“Rahapolitiikalle on asetettava niin korkeita vaatimuksia, että hyvä kuva, joka annetaan, on samalla objektiivinen. Jos näin ei ole, on syytä huolestua.”*

### 4.3 Viestinnän aiheiden raja

Suurin osa haastatelluista rajasi pankin ulkoisen viestinnän kentän varsin tarkkaan pankin toimivaltaan kuuluviin asioihin, erityisesti rahapolitiikkaan, rahoitusmarkkinoiden vakauteen ja rahahuoltoon. Viestinnän kenttä koettiin kuitenkin vaikeammaksi heti, kun siirryttiin rahapolitiikasta laajempiin aiheisiin.

*“Ulkoisen viestinnän piiriin kuuluvat vain ne asiat, joissa pankilla on toimivaltaa. Rahapolitiikka, rahahuolto, rahoitusmarkkinoiden vakaus makromielessä, ei instituutiomielessä... SP:n ei pidä keskustella koko talouspolitiikasta julkisuuden kautta.”*

*“On vaikea sanoa, mikä on pankin linja liittyen rahoitusmarkkinoiden rakenteellisiin kysymyksiin tai maksujärjestelmien valvontaan. Tämä johtuu siitä, että pankin tehtävä ei ole näillä alueilla niin selvästi rajattu kuin perustehtävän osalta.”*

Yleiseen talouspolitiikkaan nähtiin periaatteessa olevan järkevää ottaa kantaa silloin, kun se liittyy pankin perustavoitteeseen - vakaaseen rahan arvoon. Käytännössä haastateltujen mielipiteet jakoutuivat melko paljon. Keskuspankin itsenäisyyden kasvaminen ja vallalla oleva “rahapolitiikan uskottavuus”-ajattelu tulkittiin tässä suhteessa eri tavoin. Toiset olivat hyvinkin varovaisen linjan kannalla, toiset taas toivoivat lisää osallistumista keskusteluun. Moni mainitsi Saksan keskuspankin esimerkkinä hyvästä tavasta ottaa kantaa esimerkiksi finanssipolitiikkaan.

*“Suomi on niin pieni ankkalammikko, että on optimaalista olla hiljaa...Jos on jotain järkevää sanottavaa esimerkiksi perustuen omiin tutkimuksiin, se voidaan ilmaista. Näkemysten pitää olla kuitenkin hyvin harkittuja ja perusteltuja.”*

*“Pankki voi ottaa kantaa asioihin, joilla on merkitystä hintakehitykseen. Tähän kuuluvat ainakin kannanotot työmarkkinoihin ja mahdollisesti finanssipolitiikkaan.”*

*“Kun keskuspankki tehdään riippumattomaksi poliittisesta vallasta, se edellyttää, että pankki osallistuu ‘ulkopuolisena’ keskusteluun.”*

Keväällä 1996 Uusi-Seelanti sai varsin paljon huomiota suomalaisessa talouskeskustelussa. Eräänlainen lähtölaukaus keskustelulle oli Suomen Pankin pääjohtajan puhe, jossa hän käsitteli työmarkkinoiden jäykkyyksiä. Uuden-Seelannin hän mainitsi esimerkkinä, jossa jäykkyyksiä on purettu.

*“Uusi-Seelanti oli rajatapaus...se tuli kuin salama kirkaalta taivaalta. Yhtäkkiä keskuspankin pääjohtaja alkaa puhua Uudesta-Seelannista esimerkkinä siitä, mitä meidän pitäisi tehdä, nimenomaan työmarkkinapuolella, ei rahapolitiikan puolella.”*

#### 4.4 Lausuntojen keskittäminen ja avoimuus

Talouspolitiikasta annettavien virallisten lausuntojen merkitys on kasvanut huomattavasti rahoitusmarkkinoiden vapautumisen jälkeen. Perusteeksi on, että varomattomat lausunnot aiheuttavat kielteisiä korkoreaktioita, jotka ovat haitallisia Suomen taloudelle. Varsin paljon keskustelua on herättänyt se, pitäisikö talouspolitiikasta viestiminen keskittää. Suomen Pankin sisällä asiasta on käyty myös epävirallista keskustelua: pitäisikö rahapolitiikasta annettavat lausunnot keskittää pääjohtajalle ja muille johtokunnan jäsenille? Nykyään rahapolitiikasta lausuvat myös keskeisten osastojen päälliköt.

Haastateltujen mielipiteet jakautuivat viestinnän keskittämisen tarpeessa. Toisten mielestä rahapolitiikkaa käsittelevät lausunnot tulisi keskittää yhä enemmän johtokunnalle. Toisten mielestä tämä on tarpeetonta. Yksimielisyys löytyi siitä, että *tärkeät* rahapolitiittiset linjanvedot kuuluvat johtokunnalle, koska se vastaa rahapolitiikasta. Ongelma on se, että käytännössä on vaikea tehdä rajaa tärkeän ja ei-tärkeän lausunnon välillä.

*“Johtokunta vastaa linjasta. Osastopäällikkötaso ja siitä alaspäin on liikaa julkisuudessa näiden asioiden osalta. Johtokunnan pitäisi ottaa enemmän roolia itselleen, alemman jengin tulisi olla enemmän taustalla. Valmistelijat kuuluvat taustalle. Seminaarit ja esitelmät ok.”*

*“Hajautettu viestintä on askarruttanut aika paljon. Suitsia voisi ehkä vetää hiukan kireämmälle. Jos tulee kriisi, näin on ainakin tehtävä. Kyllä esimerkiksi muissa maissa keskuspankin linjasta viestii ainoastaan pääjohtaja, poikkeuksellisesti muut johtokunnan jäsenet. Osastopäällikön kommentointi on tuiki harvinaista maailmalla. Virheviestinnän mahdollisuus kasvaa.”*

*“On tärkeätä, että pankista osallistutaan laajalla rintamalla debattiin noin yleisesti ottaen, että asiantuntijat ja pankin korkeat virkamiehet esiintyvät eri foorumeilla. Mutta nimenomaan pankin linjasta ja rahapolitiikasta viestittämisen täytyisi olla kyllä keskitettyä.”*

*“Viestinnän keskittämistä ei saa ymmärtää liian laajasti...Yleisesti rahataloudesta tiedottamista ja tutkimusviestintää ei voida rajoittaa. Pitää osoittaa julkisuudessa, että voimme keskustella talouspoliittisista kysymyksistä. Kun ei ole kysymys siitä, nostetaanko vai lasketaanko ensi kuussa korkoa vai menemmekö Erm:ään.”*

*“Jossain vaiheessa viestintäpolitiikkaa löysennettiin. Aikaisemmin oikeastaan vain pääjohtaja antoi lausuntoja. Sitten hyväksyttiin ja jopa käskettiin keskeisiä osastopäälliköitä osallistumaan keskusteluun. Aika ajoin kun tuli ristiriitaisia lausuntoja. Nyt puhutaan aika paljon samalla suulla. Päälliköt*

*ovat oppineet, että ne eivät turhaan auo suutaan. Kun lunta tulee tupaan, siinä varoo sitten."*

*"Vastuuhan on selkeästi johtokunnalla, mutta johtokunta ei ole aina käytettävissä, eivätkä he aina halua antaa lausuntoja. Silloin on järkevää, että lehdistö tarvitsee ja haluaa tietoa, ei voi jatkuvasti soittaa pääjohtajalle lausuntoja varten. Kyllähän osastopäälliköiden pitää pystyä se tekemään. Jos menee pieleen, ne saavat turpiinsa siitä. Jotka ei halua tai uskalla kommentoida ovat hiljaa. Vastuu on työnnetty osittain alaspäin. Tottakai merkittävät linjapuheet tulevat ylhäältä. Osastopäälliköt kommentoivat vähän reunalla olevia, teknisluontoisia ilmiöitä."*

*"Kyllä tässä on tiettyä monipäisyyttä ilmennyt. On hankalaa tietää, mikä on henkilökohtainen lausunto, mikä on pankin linjaa. Mutta kyllä esimerkiksi rahapolitiikan osastopäällikön pitää silloin tällöin sanoa jotain. Olen avoimemman informaation kannalla. Kyllä yhteiskunta kestää sen, että useampi henkilö esittää näkemyksiään."*

Haastatellut olivat yksimielisiä siitä, että pankkilaisten tulee olla ulkoisesti lojaaleja. Tämä tarkoittaa sitä, että pankin ulkopuolella ei keskustella pankin linjan vastaisesti tärkeissä asioissa, joita ovat valuuttakurssikysymykset ja korkopäätökset. Toisaalta huomioidaan, että näissä kysymyksissä yhteisen linjan löytäminen edellyttää tehokasta sisäistä viestintää: selvää johtokunnan näkemystä siitä, mikä on pankin linja.

*"Pankissa voidaan käydä sisäistä keskustelua. Mutta kun pankki on tehnyt päätöksensä ja linja on ilmoitettu, ekonomistien - keskuspankin virkamiesten - tulee olla ulkoisesti lojaaleja. Ei voi mennä sanomaan lehtimiehelle, että pankki päätti näin, mutta minä olen eri mieltä. Jos tulee lähtemättömiä ristiriitoja, täytyy harkita uutta työpaikkaa."*

*"Pankkiekonomisteille ei voi mennä juttelemaan kapakassa, että markka on yliarvostettu, mutta meidän johto ei usko sitä, vaikka olen kuinka yrittänyt tätä sanoa. Pankkilaisilla pitäisi olla tähän myös oma intressi: jos näin sanoo, viestittää olevansa sivuraiteilla ja ei-tärkeä henkilö pankissa."*

*"Sisäisesti pitää olla kriittinen. Sehän on talon suola, että ruokapöydässä käydään kriittisiä keskusteluja."*

*"Keskuspankista ei voi tulla ulos kuin yksi näkemys. Piste."*

*"On selvää, että kukaan ulkopuolinen ei tee eroa sen välillä, sanooko SP:n ylin johto jotain tai yksittäinen ekonomisti. Pääkirjoituksiin kirjoitetaan passiivimuodossa, että 'SP:ssä katsotaan'."*

## 4.5 Ennusteiden julkisuus

Suomen Pankki julkaisi ensimmäisen kerran lähivuosien inflaatioennusteen koronlaskun yhteydessä lokakuussa 1995. Teolla perusteltiin tehtyä rahapoliittista päätöstä. Tämän jälkeen ennusteesta on julkaistu osia Markka- & talous-lehden pääartikkelissa. Ennusteiden julkisuuden sopivasta asteesta ei löytynyt haastateltujen kesken yksimielisyyttä. Toisten mielestä rahapolitiikkaa voidaan tehdä hyvin ilman ennusteen julkistamistakin, kun taas toiset eivät löydä sen julkistamattomuudelle mitään perusteita. Kaikki ovat tosin sitä mieltä, että valitun linjan tulee olla johdonmukainen.

*“Kun inflaatioennusteen julkistaminen on aloitettu, sitä pitäisi jatkaa: pitäisi siirtyä säännöllisesti julkistettavaan ennusteeseen. Esimerkiksi neljännesvuosittain Markka & talous-lehden julkistamisen yhteydessä. Artikkeleihin pitäisi liittää laadullisia arvioita ennusteen taustaoletuksista, mutta välttää muiden eksaktien lukujen julkistamista. Muuten focus siirtyisi hintavakauden tavoitteesta siihen, että miten SP:n bkt-ennuste vaikuttaa valtion velkaan jne...”*

Ennusteen julkistamiseen varauksellisesti suhtautuneet haastatellut pelkäävät, että Suomen Pankin ennusteesta tulee toinen virallinen ennuste valtiovarainministeriön ennusteen rinnalle. Tämä saattaa aiheuttaa ristiriitoja sekä tarpeita ennusteen “viilaamiseen”. Taustalla on myös pelko siitä, että ennusteet menevät poskelleen, jolloin aikaa ja palstamillimetrejä tuhrautuu liikaa selittelyyn. Ennusteeseen liittyy myös metodologinen ongelma: siihen ei voi tehdä oletuksia tehtävistä korkopäätöksistä.

*“Rahapolitiikkaa voidaan perustella ilman ennusteen julkistamistakin. Konsistenttisuus on tärkeää. Joulukuun 1994 ja kesäkuun 1995 välisenä aikana korkoa nostettiin kolmasti ja pärjättiin ihan hyvin ilman inflaatioennusteen julkistamista.”*

*“Suomen Pankin ei kannata osallistua ennusteiden kauneuskilpailuun. Tästä syntyisi taas keskustelua, onko SP eri mieltä kuin hallitus. Kun ennuste on salainen, pankissa uskalletaan rohkeammin analysoida, mikä meidän oma näkemyksemme on. Ei tarvitse pelätä, jos ennuste on erilainen kuin VM:llä.”*

*“Tulee kielteisiä seurauksia. Huomataan, että nämä ennusteet ovat virheellisiä. Merkitsee sitä, että pitää kiinnittää huomiota selittelyyn. Ennustevirheet johtuvat siitä, että talouteen kohdistuu sellainen sokki, jota ennustushetkellä ei voitu tietää. On käynnissä rakennemuutoksia, joiden takia vanhat käyttäytymismallit eivät pidä välttämättä paikkaansa.”*

*“Ennuste on hyvä, kun se vanhenee muutamassa viikossa. Ennusteeseen kuuluu se, että rahapolitiikassa ei tapahdu mitään muutoksia. Ennuste tehdään sitä varten, että johtokunta olisi viisaampi tekemään päätöksiä. Päätöksiä ei saa ennakoita. Eikä antaa omien mieltymysten vaikuttaa.”*

Toiset haastatelluista näkivät, että ennusteen julkisuus on tärkeä osa läpinäkyvää rahapolitiikkaa. Keskuspankin lisääntynyt itsenäisyys antaa tilaa myös ennustaa julkisesti eri lailla kuin valtiovarainministeriö.

*“Oli tarpeen mennä näin pitkälle. Että inflaatio-käyrä oli vähän paksulla tussikynällä piirretty, ei nyt desimaaleja. Kyllä pankki voisi pääosin ennusteensa julkistaa. Mun mielestä se voitaisiin kytkeä tähän inflaatiota-voitteeseen.”*

*“Ennuste voitaisiin julkaista säännöllisesti. Aikaisemmin sitä ei tehty siksi, että Suomessa ei voi olla kahta virallista ennustetta. Kun pankki on itsenäinen, mekin voimme varmaan ennustaa. Koordinaation tarve on varmasti olemassa lähinnä EMIn suuntaan.”*

*“Politiikan perusteet pitää olla kaikkien nähtävissä. Tämä parantaisi myös ennusteen laatua, koska siihen suhtauduttaisiin eri tavalla. Ennusteen luonnetta pitäisi kyllä miettiä. Nyt se on ollut painelaskelma, ennuste joka toteutuu, jos mitään ei tehdä. Tällaisen ennusteen esittäminen on hankalaa, koska sitä ei voi jälkikäteen arvioida. Metodologisia pointteja joita pitää miettiä, mutta ne eivät estä ennusteen julkistamista.”*

*“Julkaiseminen on aika lailla makuasia, koska ennusteita tulee valtava määrä. Tietyllä tavalla on helpompi toimia jos emme sitä julkista, tällöin emme asetu alttiiksi kritiikille ja voimme pitää kortteja piilossa. Jos ennuste julkaistaan, siitä voi lukea paljon tulevaisuuden rahapolitiittisia toimia. Toisaalta nytkin kerromme näkymistä suusanallisesti. Julkistaminen antaisi ennusteelle lisää painoarvoa. Tekijät joutuisivat panemaan oman päänsä vadille toisella tavalla kuin nyt.”*

#### 4.6 Pankin imago - arvioita ulkoisen viestinnän onnistumisesta

Monet haastatelluista arvioivat Suomen Pankin kärsineen 90-luvulla suuren arvovaltatappion. Rahoitusmarkkinoiden vapauttaminen, sitä seurannut talouden ylikuumentuminen, taistelu markan arvosta ja koettu pankkikriisi leimaavat kielteisesti pankin ulkoista kuvaa. Keskuspankkiirien näkemykset olivat varsin itsekritiittisiä.

*“Rahoitusmarkkinoiden vapauttaminen, talouden ekspansio ja kiinteän kurssin puolustaminen ovat suuria taakkoja pankille, joista irrottautuminen kestää pitkään. Suomen Pankista on tullut yhteiskunnan sylkykuppi, samanlainen kuin presidentista tai hallituksesta. Tapahtumat ovat heikentäneet Suomen Pankin imagoa.”*

*“Rahapolitiikasta viestittäminen populaaristi on erittäin vaikeata. Tässä jouduttiin täyteen kriisiin, kun taisteltiin markan arvosta - myös pankkikriisin yhteydessä. Ei kyetty lyhyeen, nasevaan ja ymmärrettävään viestintään.”*

*“Pankin kuva julkisuudessa oli pitkään arvovaltainen, mutta jotenkin mystinen ja etäinen 80-luvun puoliväliin asti. Sitten tuli liberalisointivaihe, sen jälkeen pankki- ja talouskriisin alku. Siinä vaiheessa me ryvettiin pahan kerran.”*

*“Viestin välittämisessä on onnistuttu hyvin, joskus liiankin hyvin. Hokemalla samaa asiaa voidaan hirttä ää itsensä johonkin. Esimerkiksi kiinteän valuuttakurssin viestittämisessä onnistuttiin aika hyvin, koska otettiin valuuttaluottoja ja kärsittiin. Kaikki eivät uskoneet, mutta jotkut uskoivat liiankin hyvin.”*

*“Viestintä on onnistunut aika huonosti. Pankki on aina tähdännyt rahan arvon ylläpitämiseen, mutta käytännössä olemme eläneet devalvaatiosyklistä toiseen...Kellunnan aikana on onnistuttu ehkä paremmin. Viestintä on ollut tehokkaampaa, vaikka joskus vähän ristiriitaista. Yleisarvosana ei voi olla kuitenkaan kuin huono. Keskuspankki ei pystynyt saamaan aikanaan päätöksentekijöitä ja kansalaisia linjansa taakse, suurteollisuus ja vientiteollisuus jyräsivät meidät. Me hävisimme informaatiosodan. Kulutusjuhla oli huono ja kliseemäinen vertaus, jonka ihmiset ottivat henkilökohtaisena loukkauksena.”*

*“Nyt tiedetään, että inflaatiotavoite on olemassa. Siinä ei ole onnistuttu täydellisesti, että tavoitteelle olisi saatu yleinen hyväksyntä. Sille saattaa olla suurempi hyväksyntä tavallisten ihmisten joukossa kuin yritysmaailmassa. Sieltä kuuluu edelleenkin ääniä, jotka peräänkuuluttavat pientä inflaatiota.”*

## Taulukko 2.

### Ecu-kytkennästä kellutukseen

1991

7. kesäkuuta markka kiinnitetään EY:n valuuttayksikköön ecuun.

14. marraskuuta Suomen Pankki päästää markan väliaikaisesti kellumaan.

15. marraskuuta markka devalvoidaan 12.3 prosentilla.

1992

5. huhtikuuta Sirkka Hämäläinen nimitetään Suomen Pankin pääjohtajaksi.

8. syyskuuta markka lasketaan kellumaan.

Uskottavuuden jälleenrakennus on pankkilaisten näkemysten mukaan onnistunut kellutuksen aikana varsin hyvin. Luottamusta ovat herättäneet muutokset pankin johdossa ja rahapolitiikan linjan rakentaminen inflaatiotavoitteen ympärille. Imagon kohentuminen riippuu useiden mielestä siitä, kuinka hyvää rahapolitiikkaa pankki kykenee harjoittamaan ja kuinka Suomen talous - erityisesti työttömyysongelma - kehittyy.

*“Luottamus on palautunut yllättävän nopeasti, joka johtuu varmaan paljon johtokunnassa tapahtuneista muutoksista. Sirkka on ottanut asian isolla painolla esille. Toinen tekijä on inflaatiotavoite: se on antanut luun, jonka ympärille tiedotus on voitu rakentaa. Tämä on onnistunut paljon paremmin kuin olosuhteisiin nähden voisi kuvitella.”*

*“Näinä vaikeinakin vuosina Suomen Pankin asiantuntijoita on arvostettu. Virheet olivat enemmänkin yläpään väärää politiikkaa...imago on aika hyvä. Välillä on sellaista, että olisimme vähän eristäytyneitä. Suurta imago-ongelmaa ei ole.”*

*“Keskuspankin pitäisi antaa itsestään sellainen kuva positiivisessa mielessä, että se pyrkii yhteiseen hyvään, eikä tekemään kiusaa ihmisille ja politiikkaa, joka voidaan osoittaa vääräksi. Tässä on tekemistä vielä Suomessa.”*

*“Ei voi ajatella, että pankin tehtävä olisi pitää oma imagonsa miellyttävänä. Tiedetään, että hommaan kuuluu se, että on aikoja, jolloin ei voida miellyttää suurta yleisöä. Niin kauan kun on itsenäistä rahapolitiikkaa, tulee tilanteita, joissa joudutaan tekemään toimenpiteitä, jotka eivät ole kansalaisten mielestä kivoja.”*

*“Imago pitää rakentaa sen ympärille, että meidän ensisijainen tehtävämme on rahataloudellinen vakaus. Siitä seuraavat muut. Emme halua kurittaa asunnonostajia, lapsiperheitä. Tässä suhteessa pankin imago on parantunut inflaatiotavoitteen myötä. Mutta on vaarallista uskoa, että se on pysyvää. Nyt korkoja on laskettu, mikä on koettu miellyttäväksi. Koron nousu synnyttää efektin, joka suuren yleisön silmissä heikentää imagoa. Kesäkuun koronnosto oli imagomielessä epäilyttävän.”*

*“Imagon pitää olla sopusoinnussa tavoitteiden kanssa, mihin pyritään. Vakauteen pyrkivä keskuspankki ei voi olla mikään viihdetoimisto tai vitsinkertomislaitos.”*

*“SP:n pitää todeta, että se ei ole poliittinen laitos. Suomen Pankki ei ole laitos, jonka kanssa keskustellaan, minkälaista politiikkaa harjoitetaan. Rahapolitiikka ei ole sellainen alue. Jos toimittajalle tämä ei ole selvinyt, meidän tiedotus on ollut tässä suhteessa puutteellista. Ei keskuspankin kuulu olla kansan keskuudessa.”*

Haastateltuja pyydettiin kertomaan myös, millä adjektiivilla he kuvaavat itse Suomen Pankkia. Yleisimmät adjektiivit liittyivät pankin perustehtävään rahan arvon vakauteen. Selvästi korostui myös näkemys itsestä eräänlaisena “kiihottomana ammattilaisena”. Haastatellut käyttivät samansuuntaisista havainnoista sekä myönteisiä että kielteisiä sävyjä: joku näki tietyn itsevarmuuden myönteisenä, joku viittasi kenties liian suureen “besserwisserismiin”. Myös “viileä” ja “kylmä” sisältävät erilaisen viestin samasta asiasta. Adjektiivit on koottu taulukkoon kolme.

### Taulukko 3.

#### **Pankkilaisten mielikuvia**

Adjektiiveja, joilla haastatellut kuvailivat pyydettyä Suomen Pankkia

luotettava, turvallinen, vakauteen pyrkivä, vahva  
itsevarma, määrätietoinen, kunnianhimoinen --- epävarma, hajanainen  
kiihkoton, viileä, kylmä, eristynyt  
ammattitaitoinen, pätevä, faktaorientoitunut, suunnitelmallinen,  
Besserwisser  
moderni, myönteinen, arvostettu



## 4.7 EMU-tiedottaminen

Haastateltujen pankkilaisten linja EMU-tiedottamisesta oli varsin yhtenäinen. Haastatellut kokivat, että Suomen Pankin ei tule aktiivisesti ottaa kantaa talous- ja rahaliittoon. Pankin toimintaa säätelevät Maastrichtin sopimus ja hallituksen päätös pyrkii EMUun ensimmäisten maiden joukossa. Pankin rooli EMU-tiedotuksessa on silti suuri, mikä johtuu rahapolitiikan tuntemuksesta ja siitä, että Euroopan rahainstituutti viestii Suomessa paljolti Suomen Pankin välityksellä. Tutkimuspuolella pankin tulee tarjota haastateltujen mukaan ei-väritynyttä tietoa EMUn vaikutuksista Suomen talouteen ja ihmisten jokapäiväiseen elämään.

*“Suomen Pankki on EMU-kysymyksessä lojaali hallitukselle ja eduskunnalle. EMUa ei saa aggressiivisesti markkinoida, ihmisiä ei saa aivopestä. Ei voida sanoa, että taivas on meitä odottamassa. Myöskään ei voida sanoa, että hallitus on huonoilla jäljillä, että tää on todella paska juttu Suomen taloudelle...Pankin on osallistuttava keskusteluun.”*

*“Suomalaiset ovat niin valistuneita, että propaganda ei heihin pure. Pankki voi käydä objektiivista EMUn hyötyjä ja haittoja analysoivaa keskustelua.”*

*“Pankin ei pidä käydä uskonsotaan EMUn puolesta tai sitä vastaan.”*

*“Tehtävä informoida, mitä matkan varrella tapahtuu, miten keskuspankkien valmistelutyö etenee. Myös ennakoivaa tiedottamista koskien kolmatta vaihetta pitää harjoittaa. Etenkin sellaisten kysymysten osalta, jotka koskevat keskuspankkia. Olisi hyvä, että kansalaisilla olisi paljon tietoa myös ihan käytännön asioista. Eihän kansalaisia kiinnosta se, tuleeko epäsymmetrinen sokki vai ei. Kansalaisia kiinnostavat konkreettiset kysymykset.”*

*“Jossain vaiheessa oltava joku EMU-piste tai palvelupiste. Ihmiset voivat alkaa hätäntyä, kun markka katoaa.”*

*“Suomen Pankki pyrkii vakaaseen rahaan. EMU ajaa samoja päämääriä kuin pankkikin. EMU on sopusoinnussa SP:n tavoitteiden kanssa. Asiaan liittyy myös ylikansallista valtaa ja vallansiirtoa, siihen pankin ei ehkä kannattaisi ottaa kantaa.”*

*“Jos kansalaismielipide kääntyisi EMU-vastaisesti, SP voisi osallistua keskusteluun. SP voisi todeta, että uskomme EMU:n olevan hyväksi Suomen taloudelle, siinä ajetaan samoja päämääriä kuin mitä me ajamme tänä päivänä. Voitaisiin todeta myös, että ulkopuolelle jääminen voi olla hankalaa. Poliittisia kannanottoja ei saa tehdä.”*

## 5 Pankkilaisten näkemyksiä talousjournalismista

### 5.1. Yleistä

Toinen osio pankkilaisille tehdyistä kysymyksistä käsitteli talousjournalismia. Keskeisiä aiheita olivat muun muassa seuraavat journalismin tehtävä, journalistin loppuasiakas, hyvän journalistin piirteet sekä talousjournalismi ja rahapolitiikka.

Tarkoituksena oli hahmottaa Suomen Pankin edustajien käsityksiä journalismin tehtävästä yhteiskunnassa, ja sitä, kuinka paljon he tuntevat journalistista prosessia. Jos tiedottaminen on luonnollinen osa rahapolitiikkaa, myös tiedotusvälineiden toimintaa pitäisi tuntea. Pankkilaisten kärjekkäimmät näkemykset esitetään uudestaan luvussa seitsemän "väitteinä", joita haastatellut taloustoimittajat saivat myöhemmin vuoropuhelun tapaan kommentoida. Tarkoituksena oli selvittää, miten kahden ryhmän käsitykset journalismista mahdollisesti eroavat, ja antaa pankkilaisille kuva siitä, mitä kahdeksan keskeistä taloustoimittajaa työhönsä suhtautuvat.

### 5.2 Journalismin tehtävä ja hyvä taloustoimittaja

Yleisesti haastateltujen käsitykset journalismin tehtävästä ja taloustoimittajien käytännön työstä olivat varsin kirjavat. Pankkilaisten varmuus, joka esiintyi tiedotuspolitiikan tehtäviä pohdittaessa, väheni. Näkemykset heijastelivat paljolti omia kokemuksia toimittajista, joita työssä oli kertynyt. Jotkut asettuivat myös lukijan, katselijan tai kuuntelijan asemaan. Journalismin tehtävää pohdittaessa monet korostivat tiedon välittämistä. Keskustelun herättäminen mainittiin myös tiedotusvälineiden tehtäväksi, mutta harvemmin.

*"Informaation ja mielipiteiden levittäminen"*

*"Uutisten välittäminen ja taustojen tutkiminen."*

*"Journalismin tehtävä on välittää yhteiskunnan asioita selkeässä muodossa kansalaisille ja nostaa esiin keskusteluaiheita."*

*"Journalismin jalo tehtävä on tiedon lisääminen. Käytännössä journalismista on tulossa yhä enemmän viihdettä."*

*"Journalismin tehtävä on vaan välittää suuremmalle joukolle ihmisiä niitä käsityksiä, mitä organisaatioilla, asiantuntijoilla ja muilla kansalaisilla on yhteiskunnasta. Tehtävänä ei ole mikään totuuden etsiminen."*

*"Välittää oikeata tietoa kansalaisille. Ja oikeata tietoa. Se on tehtävä. Me elämme länsimaista demokratiaa, jossa journalistien päätehtävä ei ole välittää sitä tietoa, mitä viranomaiset haluavat välitettävän, vaan tietenkin oikeata tietoa pitää jakaa. En väitä, etteivät viranomaiset itse haluaisi jakaa oikeata tietoa, mutta journalistien tehtävänä ei ole toimiminen viranomaisten puhutorvena, vaan oikean tiedon välittäjänä."*

Lähes kaikkien haastateltujen mielestä journalistin loppuasiakas on kansalainen. Osa rajasi loppuasiakkaan tarkemmin tiedotusvälineen käyttäjäksi, esimerkiksi sanomalehden lukijaksi.

*“Kyllä journalistin loppuasiakas on kansalainen. Tässä roolissaan journalistilla on valtava vastuu, jota journalistit eivät usein tunnusta. Toimittajalla on paljon enemmän valtaa kuin poliitikolla, puhumattakaan virkamiehestä. Kuva maailmasta välittyy kansalle journalistien kautta...Journalisti joutuu pakosti valitsemaan asioita ja käyttämään valtaa.”*

Hyvän toimittajan piirteinä haastatteluissa korostui asiantuntemus. Muita adjektiiveja olivat muiden muassa selkeys ja luotettavuus. Yleisesti toimittajan työssä koettiin hyviksi ominaisuuksia, joita korostettiin myös omassa työssä. Hyvästä toimittajasta esitettyihin näkemyksiin sisältyi ristiriitaisuuksia. Esimerkiksi sama henkilö, joka rajasi toimittajan tehtäväksi “vain välittää tietoa” kaipasi Suomeen Helsingin Sanomien kulttuuritoimittajan Seppo Heikinheimon kaltaisia vahvasti kommentoivia ja asiantuntevia toimittajia. Tässä saattaa ilmetä keskuspankin työntekijän kaksijakoisuus. Toisaalta hän on virkamies, joka tahtoo, että hänen sanomisiaan ei “vääristellä” julkisessa sanassa. Toisaalta hän on asiantuntija, joka arvostaa tietoa ja ajattelua omilla aivoilla. Haastateltavat korostivat hyvän toimittajan piirteinä melko vähän oman välineen hallintaa, oli se sitten lehti, radio tai televisio. Myöskään nopeutta ei tuotu juurikaan esiin, vaikka se on elinehto erityisesti nykyaikaisessa uutistoiminnassa.

*“Paisi että osaa kirjoittaa ja on käsitys lehtimiestyöstä (taloustoimittajalla) pitäisi olla melkein ekonomistin koulutus.”*

*“Arvostan journalisteissa sitä, että ne osaa tehdä hyviä juttuja ja viestittää asioita ei-asiantuntijoille. Sehän on niiden homma. Arvostan journalisteja, jotka pikkuisen funtsaa itse.”*

#### Taulukko 4.

**Pankkilaisten näkemyksiä hyvästä taloustoimittajasta**  
adjektiiveja, joilla haastatellut kuvailivat pyydettyä hyvää taloustoimittajaa

ammattitaitoinen, asiantunteva, taloustoimittajalla melkein ekonomistin koulutus  
osaa kirjoittaa, naseva, selkeä  
lahjomaton, kriittinen, avarakatseinen --- luotettava  
erottaa faktat mielipiteistä  
rehellinen kunnianhimoinen

### 5.3. Talousjournalismi

Haastatellut seuraavat jo työnsä puolesta paljon tiedotusvälineitä. Keskeisiä ovat pankissa jaettava lehdistökatsaus ja sähköiset tietojärjestelmät. Haastateltujen talousjournalismin kohdistama kritiikki oli varsin tyypillistä: media etsii sensaatioita, vääristää, sekoittaa asioita ja pelaa omaa peliään. Yleisesti talousjournalismin tason nähtiin nousseen. Monet haastatelluista katsoivat journalismia "omista lähtökohdista" käsin. Asiantuntevuus korostui ehkä osin siksi, että se on arvostettu piirre keskuspankkitoiminnassa.

*"Päiväkohtaisesti suomalainen talousjournalismi poimii hyvin (joskus kiusallisenkin hyvin), mutta pohjavirrat jäävät helposti huomaamatta. Toiminta on hyvin lyhytjänteistä."*

*"Ei-mustavalkoinen analyysi taloudesta on harvinaista. Tämä johtuu asiakaskunnan pienyydestä, pienistä markkinoista. Journalistin pitää ilmeisesti olla pikkuisen kallellaan keltaisen lehdistön suuntaan."*

*"Jatkuvasti hämmentävää suomalaisessa journalismissa se, että laatulehdissäkin näkee iltapäivälehtien tyyliä. Yritetään tehdä isoja otsikoita, skuppeja. Henkilöt saavat liian suuren roolin."*

*"Kilpailutilanne kiristyy ja tyyli muuttuu repivämmiksi. Johtaa usein siihen, että tyhjästä täytyy nyhjästä. Etsitään ristiriitoja esimerkiksi aiheesta onko Suomen Pankki eri mieltä kuin valtiovarainministeriö. Semmoisella tehdään juttuja."*

*"Ongelma on se, että tiedotusvälineet puhuvat niin höpönpöpö...vääristävät. Kyllä noissa poliitikkojen harmistuksissa on perää. Tiedotusvälineillä on taipumusta hakea sensaatioita, keinotekoisia näkemysristiriitoja."*

*"Suomessa pääsee helpoimmin julkisuuteen selvästi vähemmistönä olevat mielipiteet, jotka myyvät lehtiä. Herää epäily, onko kansalaisille välittynyt täysin oikea kuva siitä mielipidekirjosta, mikä vallitsee."*

*"Talousjournalismin taso on keskimäärin aika hyvä. Onhan siellä toimittajia, jotka ovat vähän ulalla. Kyllä parhaimmat toimittajat tietävät hyvinkin tarkkaan miten talous toimii. Heillä on kauheasti tietoa, en voi valittaa. Heillä on aikapula, eivätkä he pysty olemaan niin täsmällisiä ja tarkkoja kuin me joskus haluaisimme. Eivätkä he ehkä välitäkään tarkkuudesta. Heillä on toisenlaiset päämäärät. Joskus parempi olla raflaava ja yksinkertainen kuin tarkka. Se kuuluu asiaan, ei siitä kannata murehtia."*

Yleinen havainto haastateltujen keskuudessa oli se, että talousjournalismin taso on parantunut ja vaatimukset kasvaneet.

*"Taloussivut ovat kehittyneet. Välitettävän informaation määrä on lisääntynyt. Lehdistö on tarttunut haasteeseen. Kaipaisin kuitenkin ajankohtaisen tiedon*

*lisäksi erikoisartikkeleja. Boxeja voisi olla muistakin talousasioista kuin osavuositarkastuksista. Valistus on jätetty asiantuntijoiden kirjoittamien erikoisartikkeleiden varaan.”*

*“Talousjournalismi on parantunut, mutta tosin vaatimukset ovat nousseet ehkä vielä nopeammin. Suljetussa taloudessa vaatimukset eivät olleet yhtä kovia. Nykyään jokaisella uutisella on vaikutuksia markan arvoon jne. Väitän, että absoluuttisesti journalismin taso on parantunut, mutta en tiedä onko se parantunut suhteessa vaatimuksiin.”*

## 6 Taloustoimittajien näkemyksiä Suomen Pankista

### 6.1 Yleistä

Selvitystä varten haastateltiin kahdeksaa suomalaista taloustoimittajaa. Joukko valittiin vaikuttavuuden perusteella: jokainen haastatelluista seuraa Suomen Pankin kannalta keskeisessä mediassa kansantaloutta ja siten myös rahapolitiikkaa. Kaikilla tiedotusvälineillä oli valtakunnallista merkitystä - osa välineistä oli keskittynyt erityisesti talousasioiden seuramiseen. Haastatelluista yksi on päällikkötoimittaja, muut ovat toimittajia. Haastatelluissa oli sekä naisia että miehiä.

Teemahaastattelut tehtiin luottamuksellisina ja ne kestivät 45 minuutista reiluun tuntiin. Haastattelut nauhoitettiin. Käsiteltäviä aiheita olivat muun muassa Suomen Pankin kyky viestiä rahapolitiikasta, Suomen Pankin valta ja imago, Suomen Pankin avoimuus ja Suomen Pankin EMU-kanta.

Toimittajat suhtautuivat haastatteluihin erittäin myönteisesti. Kukaan kysytty ei kieltäytynyt haastattelusta. Osa toimittajista olisi ollut valmis puhumaan omalla nimelläänkin. Toimittajille annettiin myös mahdollisuus kommentoida eräitä pankkilaisten esittämiä näkemyksiä journalismista. Kommentit on koottu lukuun 7.

### 6.2 Suomen Pankin kyky viestiä rahapolitiikastaan

Haastateltujen arviot Suomen Pankin kyvystä viestiä rahapoliittisesta linjastaan koskivat lähinnä viime vuosia, jolloin rahapolitiikkaa on harjoitettu inflaatiotavoitteen mukaan. Rahapolitiikkaa pidempään seuranneet toimittajat vertasivat nykytilannetta usein aikaan, jolloin Suomen Pankilla oli valuuttakurssitavoite. Haastattelut kokivat pääjohtajan vaihtumisen vuonna 1992 ja siirtymisen uuteen regiimiin muuttaneen myös tapaa viestiä rahapolitiikasta. Kaikki haastatellut kokivat linjan muuttuneen aikaisempaa avoimemmaksi.

Arviot nykylinjan onnistumisesta vaihtelivat varsin paljon. Nykylinjaan myönteisimmin suhtautuvat näkivät pankin selkeänä ja loogisena viestijänä, joka on rakentanut tiedotuspolitiikkansa inflaatiotavoitteen ympärille. Kielteisimpien arvioiden mukaan pankki ei osaa vielääkään kertoa viestiään "kansan kielellä", vaan se turvautuu osittain epävarmuuttaan "munkkilatinaan". Keskuspankki koettiin viestijänä usein "pelaajaksi", haastatellusta riippuen tämä koettiin kielteisenä tai myönteisenä.

*"Suomen Pankki on ollut helvetin hyvä viestijä. Se on ollut ovela. Rahapolitiikassahan keskuspankin puheita ei voi lukea face, vaan se on nähtävä pelinä. Keskuspankin on pidettävä tietynlaista naamaa, vaikka se toimisi toisin. Huutokauppakoron muutokset on osattu kuitenkin tehdä viestinnällisesti oikein. Ne ovat olleet yllätyksiä, aloite on pysynyt keskuspankilla. Toisaalta on tärkeää säilyttää realistinen kuva. Asiantila ja esiintyminen eivät voi olla pahasti ristiriidassa. Viime aikojen inflaatiokehityksestä on nähty esimerkiksi se, että keskuspankeissakin on kuolevaista joukkoa. Tavoitteeseen ei ole päästy."*

*"Suomen Pankki osaa kertoa sen viestin, jonka se haluaa kertoa. Rahapoliittisen linjan sisältävä viesti on aika selkeä. Mutta se muotoillaan aina laajempien suureiden, kuten inflaatiotavoitteen, kautta. Koskaan ei sanota, nostetaanko*

*korjoja vai lasketaan. Se on tietysti selvää, että keskuspankki ei sellaista viestiä anna, muuta kuin toteamalla, että inflaatio pidetään alhaisena...Kyllä me ollaan opittu tulkitsemaan näitä viestejä.”*

*“Minulla on käsitys, että Suomen Pankki on satsannut viestintään viime aikoina tehdäkseen itsensä ymmärrettäväksi ja saamaan tavoitteensa ihmisten tajuntaan. Viesti on ainakin tullut perille...Joitakin Suomen Pankin päätöksiä on kuitenkin ollut hirveän vaikea ymmärtää. On annettu odottaa ihan päinvastaista kuin mitä loppujen lopuksi on tapahtunut. Pankki perustelee päätökset, mutta suhtautuu ylimielisesti siihen, ymmärretäänkö niitä. Suomen Pankki olettaa, että vastaanottajan ajattelutapa toimii samalla tavalla kuin keskuspankin.”*

*“Inflaatiotavoite on periaatteessa hieno ja kannatettava asia. Se on hyvä piirre, uuden toimintapolitiikan siemen. Kerrotaan etukäteen, mitä aiotaan tehdä. Aiemmin kerrottiin vain jälkikäteen. Osaltaan parantanut uskottavuutta, joka koki katastrofin vuosina 1991-92...”*

*“Suomen Pankin viestintä on parantunut koko ajan muutaman vuoden vinkkelillä. Tähän ovat vaikuttaneet ennen kaikkea ihmiset, vaikka ajatkin ovat nyt helpommat kuin laman aattona. Keskuspankissa on noussut henkilöitä, jotka ovat vaikuttaneet myönteisesti omalla suhtautumisellaan tiedotusvälineisiin. Kanssakäyminen on helpompaa, tietojen saaminen on helpompaa ja keskustelu on avoimempaa. Ei kuitenkaan tunnu siltä, että toinen osapuoli puhuisi sivu suunsa. Fiksulla tavalla, omia tavoitteitansa vaarantamatta hoitavat. Muuttunut pätevämmäksi ja modernimmaksi. Pääjohtaja on vaikuttanut, mutta ennen kaikkea Matti Vanhalan roolin korostuminen on näkynyt: hänellä on ollut hyvin mukaton ja moderni ote tiedotusvälineisiin, vaikka onkin henkeen ja vereen puolustanut omaa linjaansa.”*

*“Tilanne on muuttunut ratkaisevasti. 80-luvulla Suomen Pankki ei kertonut juuri mitään, jälkeenpäin sanottiin, että tämä on linja. 1986 tapahtui selkeä muutos, kun Kullberg otti korkoaseen käyttöön ensimmäisen kerran ja viestitti, että SP:llä selkeä tavoite, näkemys miten markkinoilla pyritään toimimaan...Viime aikoina on ollut keskustelempampi rooli. Edelleenkin pankki toimii kuitenkin markkinoilla tietynlaisena hyvin käskevänä, viesti, joka tulee on aina ehdoton totuus ja ainoa mahdollinen vaihtoehto. Ei myönnetä, että on olemassa myös toisenlaisia näkökulmia.”*

*“Suomen Pankin viesti on ollut vaikea ymmärtää. Myönnän, että oma ymmärrys on sitä rajoittanut, mutta kuitenkin pankki ei ole oikein osannut sitä kertoa. Inflaatiotavoite kerrottiin niin, että tässä on nyt uusi laki, ohje ja toimintapolitiikka meille. Toimittajapiireissä sitä vähäteltiin aluksi. Myöhemmin ruvettiin tajuaamaan, että ne on tosissaan ja tavoitetta alettiin ajaa läpi yhteiskunnassa. Hyväksyttävyyys saavutettiin. Pidän merkkipaaluna, että työmarkkinat jostain käsittämättömästä syystä viime keväänä hyväksyivät matalan inflaation tavoitteen. Panivat nimen jonkinlaiseen paperiin. Tiedän, että moni allekirjoittaja ei välttämättä tiennyt mihin nimi tuli pantua...Nyt on taas ruvettu kyseenalais-tamaan koko politiikkaa. Mutta kyllä Suomen Pankki kai omalla tavallaan osasi*

*tavoitteensa kertoa, tärkeintä oli sitouttaa yhteiskunnan muut poliittiset toimijat hyväksi katsomalleen toiminnalle.”*

*“Suomen Pankin toiminnassa ei ole koskaan korostunut kansa: keskuspankki ei lähesty koskaan suoraan kansaa. Pankki ei puhu kansalle kansan kieltä ja toimittajat, jotka eivät osaa tulkita, toistavat byrokraattista rahapolitiikan salakieltä sitten palstoillaan. En tiedä, onko tämä ongelma SP:n mielestä. Jos SP haluaa vahvistaa asemaansa suomalaisessa yhteiskunnassa, luulen, että sen pitäisi osata puhua kansalle suoraan. Joitain avuttomia yrityksiä on tietysti ollut, kuten esimerkiksi inflaatioesite. Se oli omalla tavallaan hauska, mutta eihän tommoisella mitään pysyvyyttä ole.”*

### 6.3 Suomen Pankin valta

Valtaosa haastateltavista koki Suomen Pankin merkittäväksi talouspoliittisen vallan käyttäjäksi. Moni toimittaja uskoi keskuspankin kuitenkin vähättelevän omaa valtaansa. Haastatellut arvioivat keskuspankin valtaa lähinnä suhteessa valtiovarainministeriöön ja hallitukseen. Toinen tapa lähestyä asiaa oli keskuspankin tosiasialliset mahdollisuudet vaikuttaa rahoitusmarkkinoihin. Vaikutusmekanismi lyhyisiin korkoihin vaikutti olevan hyvin tunnettu (tai ainakin vakuuttavasti esitetty), mutta vastaajat kokivat sen merkityksen eri tavoin. Mitä lähempänä “kansaa” haastatellun edustama media oli, sitä enemmän korostui pankin mahdollisuus vaikuttaa rahapolitiikalla “tavallisen ihmisen” luottokorkoihin. Mielenkiintoista oli juuri luottokorkojen korostus. Talletuskorkoja ei mainittu lainkaan.

Vaikka toimittajilla oli taipumus korostaa keskuspankin valtaa, heillä oli varsin selkeä käsitys, että rahapolitiikan onnistuneisuus ei riipu ainoastaan keskuspankista, vaan myös finanssipolitiikasta ja tulopolitiikasta. Mahdollisen EMU-jäsenyyden nähtiin vievän Suomen Pankin vallan lähes kokonaan.

*“Suomen Pankilla on valtaa, ehdottomasti. Se on keskeinen vallankäyttäjä. Voi olla, että tietty salaperäisyys luo illuusioita, että pankilla tuntuu olevan on vielä enemmän valtaa kuin sillä on. Ei oikein tiedä, mitä kaikkea sen seinien sisällä tapahtuu ja mihin kaikkeen SP oikein vaikuttaa...Säätelyn aikana Suomen Pankilla oli kuitenkin enemmän mahdollisuuksia vaikuttaa, nyt SP toimii enemmän markkinoiden ehdoilla.”*

*“Kun katsoo historiaan, Suomen Pankki on pystynyt ajamaan suhteellisen hyvin läpi omaa yhteiskuntapolitiikkaansa. Hallitukset, eduskunnat ja poliittiset päättäjät ovat joutuneet vuosikymmenten kuluessa sopeutumaan siihen, mitä Suomen Pankki on halunnut tai ajanut....Suomen Pankin mahdollisuudet vaikuttaa faktisesti markkinoihin ovat pienentyneet, mutta ei se valta mihinkään ole kadonnut. Kyllä se edelleen yrittää käyttää samalla tavalla valtaa kuin aikaisemmin. Ei hallituksella ole senkään vertaa pelimiljardeja, joilla voidaan vaikuttaa markkinoilla korkotasoon tai valuuttakurssiin. Suomen Pankki on kaikkein merkittävin yksittäinen vallankäyttäjä Suomessa.”*

*“Onhan sillä (SP:llä) hirveästi valtaa sitä kautta, että se pystyy säätämään lyhyttä korkoa, pankkien likviditeettiä ja vaikuttamaan myös valuuttakurssiin.*



*Sillä on valtaa välillisesti ja suoraan. Se on epäselvää, kuinka paljon pääjohtaja pystyy vaikuttamaan poliitikkoihin. Poliittiset kontaktit on johtokunnassa. Valta riippuu siitä, miten johtokunnan jäsenet pystyvät vaikuttamaan puolueisiin..."*

*"Kyllä kai sillä on valtaa, koska ajoittain hallituksen ja keskuspankin välilläkin on jännitteitä. Hallitus sanoo, että korkoa pitäisi laskea edelleen, nopeammin. Kertoo siitä, että kahden osapuolen suhteessa toisellakin on voimaa. Valta syntyy siitä, että keskuspankki pystyy pelaamaan. Korkoliikkeet ovat yllätyksiä ja markkinat ovat uskoneet, että lyhyiden korkojen laskeminen on järkevää, eikä se mene inflaatio-odotuksiin."*

*"Kun ajattelee vuosikymmenen vaihteen molemmin puolin, Suomen Pankki oli melkoinen päätöksentekijä, mutta silti heikko. Markkinat ja vientiteollisuus pystyivät vyöryttämään sitä mennen tullen. Keskeisten ministeriöiden, hallituksen ja SP:n linjat eivät myöskään välttämättä olleet alkuunkaan samoja. SP sai toimia aika vapaasti, mutta muut yhteiskunnan osa-alueet eivät tukeneet sitä. Nyt Suomen Pankki on paljon vahvempi, mutta se johtuu ehkä enemmän siitä, että kaikki puhaltavat pienillä linjaeroilla yhteen hiileen."*

On huomattava, että kaikki haastatellut toimittajat eivät nähneet kuitenkaan Suomen Pankkia kovin suurena vallankäyttäjänä. Taustalla oli näkemys, että Suomen Pankin valta on vähentynyt, ja EMU-jäsenyyden arvioitiin vievän sen kokonaan.

*"Entistä enemmän huomaan, että Suomen Pankki on yksin. Mulla on ollut taipumusta nähdä salaliittoja, kollektiivista konsensusta. Suomessa on aina pyritty konsensukseen. Valtaeliitti ajattelee loppujen lopuksi yksimielisesti. Ei se ole enää näin, on erilaisia näkemyksiä. Tuntuu, että pankki on yksin, se myös halutaan eristää pois, pelata ulos. Keskuspankki on jo menettänyt paljon itsenäisyyttään, ja rahaliitossa se kuohitaan vielä kokonaan...Suomen Pankissakin varmaan pelätään oman aseman puolesta, sillä jos rahaliittokin toteutuu, eihän Suomen Pankki ole enää mitään, ei mitään."*

*"En näe Suomen Pankkia niin hirveän vahvana. Sillä on hintojen vakaus päämääränä ja sitä politiikkaan toteuttaakseen se käyttää korkoasetta. Sillä on tietty merkitys, mutta ei niin hirveän suuri. Suomen Pankki ei edes pääse vaikuttamaan täysin omaan päämääräänsä. Koska korkojen vaikutus esimerkiksi palkanmuodostukseen on aika rajoitettu. Korkopolitiikka on taas ainoa osa-alue, jossa Suomen Pankilla on valtaa."*

## 6.4 Suomen Pankin imago

Toimittajien arvioidessa Suomen Pankin ulkoista kuvaa erottui vahvasti kaksi mielikuvaa, jotka esiintyivät tavalla toisella jokaisen toimittajan mietteissä. Yhtäältä pankki koettiin asiantuntevaksi: pankin tutkimuksilla ja kommentaattoreilla oli haastateltavien mielestä hyvä maine. Pankki arvioitiin sanojaan punnitseväksi keskustelijaksi. Toisaalta pankki tuntui haastateltavien mielestä kylmältä ja etäiseltä.

Virastolta, joka ei ajattele asioita koskaan tavallisen ihmisen kannalta. Takavuosina suosittu kuvaus pankista "norsunluutornina" tuli usein esille.

Taulukko 5.

**Taloustoimittajien mielikuvia Suomen Pankista**

asiantunteva, asiallinen  
sulkeutunut, etäinen, salaperäinen  
kova, elämälle vieras, harmaa, pelottava  
konservatiivinen, varovainen, joustamaton, hidas  
ylimielinen, arvokas  
katoava

*"Suomen Pankin imago on yleisesti ottaen asiantunteva ja tiukka, siinä mielessä hyvä. Tietysti sitä on arvosteltu, etenkin vakaan markan politiikkaa. Ei se Suomen Pankin imagoa minun mielestä pilaa. Suomen Pankin tehtävä on laissa puolustaa rahan arvoa ja sen se teki. Mun mielestä Suomen Pankilla on aika hyvä imago."*

*"Ymmärrän ajatuksen, että Suomen Pankkia pidetään norsunluutornina, pankki esiintyy jotenkin ylimielisenä."*

*"Onhan se kaukana käytännön elämästä. Kun ajattelee, mitä joku korko yrityksen tai ihmisen elämään vaikuttaa, ei pankki sitä sellaisena inhimillisenä kysymyksenä koskaan näe. Sillä lailla se on norsunluutorni."*

Vuosikymmenen alun rahapoliittiset toimenpiteet - ecu-kytkentä, devalvaatio ja kellutus - nakersivat monien toimittajien mielestä Suomen Pankin uskottavuutta. Moni näkee kuitenkin uuden toimintapolitiikan rakentamisen onnistuneen varsin hyvin.

*"Suomen Pankin päällä on suuri varjo, uskottavuuspula, joka johtuu vuosien 1991-92 rahapolitiikasta: ecu-kytkennästä, devalvaatiosta ja kellutuksesta. Näiden muistojen pyyhkiminen pois tulee kestäväkään kauan. Kokemukset olivat niin rankkoja."*

*"Siellä ollaan vähän epävarmoja, linnoitaudutaan keskeisen ykseyden sisään. Ajatellaan, että perkele taas noi teki tota, mutta me kuitenkin ollaan oikeassa. Pitäisi tulla enemmän suoraan ulos. Epävarmuus tulee jotenkin läpi. Epävarmuutta omasta politiikasta, onkohan se sittenkään oikeaa. Suhtaudutaan epäluuloisesti ulkopuolisiin."*

*"Uskottavuuden jälleenrakennustyö, se on mennyt helvetin hyvin puikkoihin. Sanoisin, että pankki on asiallinen. Kyllä mä sanoisin, jos mulla olisi kriittisempää havaintoa siitä."*

*"Ajattelen Suomen Pankkia samanlaisena diilerinä kuin muitakin markkinaosapuolia, esimerkiksi jotain metsäteollisuutta siinä mielessä, että sillä on oma tavoitteensa. Suomen Pankin tavoite on vakaa rahan arvo. Siinä Suomen Pankki on imagokriisissä. Kun rahapolitiikka ja olosuhteet ovat muuttuneet, pankki ei pysty käyttämään aikaisempia aseitaan, joita se on hionut ja virittänyt aikoinaan suljettuihin olosuhteisiin. Tällä hetkellä Suomen Pankki*

*on enemmän tai vähemmän rampa, se ei ole pystynyt sopeuttamaan toimintaansa uusiin olosuhteisiin. Jos numeroasteilla pitäisi sanoa, Suomen Pankki on 71/2:n keskuspankki verrattuna johonkin Saksan keskuspankkiin.”*

*“Suomen Pankki voisi harrastaa kriittisiä itsearvioita. Voi jälkikäteen miettiä, miksi silloin tehtiin niin tai näin. Itsekriittisyys voisi tuoda jopa lisää uskottavuutta.”*

## 6.5 Suomen Pankin avoimuus

Haastateltavilta taloustoimittajilta kysyttiin näkemyksiä myös siitä, kuinka avoimeksi he kokevat Suomen Pankin. Esillä oli kolme teemaa: viestinnän keskittäminen, pankki talouspoliittisena keskustelijana ja suhdanne-ennusteen julkistaminen.

Viestinnän keskittäminen puhututti toimittajia paljon. He samaistivat keskuspankin äänen tärkeissä asioissa pääjohtaja Sirkka Hämäläiseen ja Matti Vanhalaan. Jotkut mainitsivat myös rahapolitiikan osastopäällikkö Pentti Pikkaraisen. Toimittajat kokivat keskuspankin linjan tärkeissä asioissa hyvin yhtenäiseksi. Muistoissa oli oikeastaan vain yksi esimerkki<sup>5</sup>, jolloin keskuspankista muistettiin tulleen selvästi ristiriitaisia viestejä, mutta tätäkään ei pidetty mitenkään dramaattisena. Yhden tulkinnan mukaan keskuspankin viesteistä saatetaan löytää erilaisia vivahteita, koska niitä kuunnellaan hyvin tarkkaan. Yleinen näkemys oli, että keskuspankin pitäisi rohkeammin antaa tilaa julkisuudessa myös muille pankin johtajille ja asiantuntijoille. “Kaikki eivät voi olla keskuspankissakaan samaa mieltä” ja “Kyllä sitä ääntä maailmaan mahtuu” olivat tyypillisiä kommentteja. Moni toimittaja näki asian paljon tärkeinä pitamiensä arvojen - sananvapauden ja mielipiteenvapauden - kannalta. Toimittajat ymmärsivät tosin, että monipäisyys saattaa olla keskuspankin kannalta ongelma: hintana voivat olla kielteiset korkoreaktiot ja ristiriitoja paisutteleva julkisuus. Tärkeät linjapuheet pitäisi heidän mukaansa keskittää johtokunnalle. Yksittäisiltä ekonomisteilta toivottiin erityisesti asiantuntemuksen ja tutkimustiedon levittämistä laajemmalti yhteiskuntaan.

*“Sirkan aikana pankki on ehkä tullut avoimemmaksi pienen alkuhaparoinnin jälkeen. Välillä oli käännteitä, että johtajat puhuivat ristiin. Pentti Pikkarainen antoi lausuntoja, joita Sirkan piti korjata. Ei tiedetty, kenen äänellä puhuu kukakin, vai ovatko omia mielipiteitä.”*

*“Rahapolitiikan kommentointia ei pidä keskittää, vaan pankin pitäisi pystyä sopimaan sisällä, mikä linja on. Puheoikeus pitäisi olla kaikilla. Pitäisi yrittää tuoda sellaista kulttuuria myös Suomeen, että pidettäisiin taustatilaisuuksia, joissa pystyisi puhumaan off the record. Kuulisi niitä todellisia arvioita. Taustatilaisuuksien järjestäminen voisi olla yksi tapa lisätä luottamusta puolin ja toisin.”*

---

<sup>5</sup> Kesäkuussa 1994 Suomen Pankin rahapolitiikan osaston päällikkö Pentti Pikkarainen antoi uutistoimisto Reuterille lausunnon, jossa hän antoi tiedotusvälineiden ja rahamarkkinoiden mukaan ymmärtää, että keskuspankki oli antanut korkojen nousta inflaatio-odotusten nujertamiseksi. Rahamarkkinoiden sulkeuduttua pääjohtaja Sirkka Hämäläinen toimitti julkisuuteen lausunnon, jossa hän korosti, että lyhyiden korkojen nousu johtuu kansainvälisistä syistä.

*“Eikö se ole jo aika keskitettyä. Sirkka Hämäläinen ja Matti Vanhala puhuvat hyvinkin yhtenäisellä suulla. Jos joku osastopäällikkö puhuu, se on myös virallisen linjan toistoa. Ei ole käynyt niin, että olisi ollut ristiriidassa sen kanssa, mikä minun käsitys pankin virallisesta linjasta on ollut... Jostain syystä on tullut kuva, että kun korkoja on nostettu, Matti Vanhala on ollut esittämässä sitä. Sirkka Hämäläinen on käynyt esittämässä koronlaskut. Ilmeisesti Vanhalalla on helpompi lausua vaikeita asioita, ja Sirkka Hämäläisen on helpompi lausua helpompia asioita. Ei ole tarvetta keskittää.”*

*“Minulle on jäänyt epäselväksi, miten jonkun erillisen ekonomistin sanomisiin pitäisi suhtautua. Heilläkään ei välttämättä tunnu olevan selkeää kuvaa siitä, missä ominaisuudessa he puhuvat. Joskus kun toimittajana soitan, en tiedä uskaltavatko he sanoa mitään. Kyllähän toimittajien pitää voida soittaa Suomen Pankin ekonomisteille, jutella heidän kanssaan ja myöskin kirjoittaa siitä. Sekään ei voi aina olla välttämättä pankin virallinen linja. Tossa olisi ehkä pankin kannalta määriteltävää. Joskus on syntynyt tilanteita, että olen haastatellut jotain ekonomistia puoli tuntia ja sitten ollaan todettu, että tätä ei voi käyttää kuin taustakeskusteluna.”*

*“Suomen Pankilla on hyvät ekonomistit, joita toimittajien kannattaa käyttää hyväksi asiantuntijoina. Pitää vain tehdä selväksi, mikä on asiantuntijan kanta ja mikä Suomen Pankin linja.”*

*“Suomen Pankissa on palattu takaisin kullbergiläiseen malliin, jossa pankilla on yksi ääni: Vanhala ja Hämäläinen. Varmasti Suomen talouden näkökulmasta yksi ääni on parempi kuin kymmenen ääntä. Pikkaraisen puheenvuorot ovat ratkaisevasti vähentyneet sen jälkeen kuin häntä vähän tukistettiin. Tarkoitin tällaisia merkittäviä linjalausuntoja.”*

*“Keskuspankissa on varmaan sisällä erilaisia mielipiteitä, mutta ulos tulee erittäin samansuuntaisia kantoja: selvästi koordinoitun makuisia. Jos useampi ihminen selostaa samaa asiaa, erot ovat minimaalisia verrattuna siihen, mitä eri ministerit saattavat saman päivän aikana kertoa...Se on mielenkiintoista, että keskuspankin korkeimmat virkamiehet puhuvat samaa asiaa, mutta silti Hämäläisen puheita tulkitaan toisella tavalla kuin Vanhalan puheita... Mistä näkemuserot on pystytty loihtimaan? On vaikea ymmärtää, että olisi jostakin muusta kyse kuin siitä, että Suomen Pankin edustajien puheita analysoidaan niin pikkutarkasti. Puhetta tulee suhteellisen vähän ja asiat ovat suhteellisen merkittäviä. Pienetkin vivahte-erot saavat hirveän suuren painoarvon.”*

*“Sen pitää varmaan olla selkeätä, kuka keskuspankin linjan viestittää. Ettei tule sellaista oloa, että siellä on monta linjaa. Jokaisen pitäisi voida keskustella Suomen Pankin johtokunnasta. Virallisen linjan pitää muotoilla rajattu joukko. Jos sisältä kuuluu erilaisia mielipiteitä, voidaan suoraan todeta, että keskuspankin virallisen linjan ohella esiintyy myös tämän ja tämän tapaisia ajatuksia.”*

*“Jos on Suomen Pankissa töissä, en tiedä tarvitseeko välttämättä merkitä sitä, että toistelee pääjohtajan sanoja rahapolitiikasta. Ei voi olla, että kaikki Suomen*

*Pankin sisällä ovat henkilökohtaisesti samaa mieltä. Edes jotain vivahde-eroja tulisi olla.”*

*“Iso muutos Rolf Kullbergistä Sirkkaan, mahtipontisuus on pois. Epävarmuuden heijastuma. Ei ole mun mielestä ollut ongelma. Nykyinen hyvä, että voi jutella pääjohtajan kanssa, voi jutella rahapolitiikasta vastaavan kanssa, voi osastopäällikön kanssa jutella. Toissakesänä oli tämä yksi pikku episodi, mutta peanuts.”*

*“Olen ollut huomaavani, että markkinavoimat osaavat eritellä asioita paremmin kuin kolme vuotta sitten, ne osaavat suhteuttaa puhujan...Huolena on tietysti, että joku suuri sijoittaja jossain ulkomailla saattaa heitellä miljardien potteja miten sattuu pienestäkin risahduksesta. En siltikään usko, että herra Soros yhdestä risahduksesta mitään tekee. Kyllä suurilla sijoittajilla on fundamentaalit hallussaan.”*

*“Erilaiset ihmiset saavat sanoa mielipiteensä. Mielipiteenvapaus ja sananvapaus on toimittajana ja kansalaisena niin suuri arvo. Kyllä ääntä mahtuu maailmaan.”*

*“Viestintä on aika keskitettyä tälläkin hetkellä. Ainoat, jotka jotain sanoo, ovat Hämäläinen, Vanhala ja Pikkarainen. Käytännön syistäkin pitää kaikki nämä kolme olla täyskäytössä haastateltavana. Hirveän vaikea vetää keskuspankissa rajaa siihen, mitä voi sanoa, ja mitä ei...Suomen Pankilla on hirveät resurssit ja hirveän paljon kaikenlaista asiantuntemusta, joka pitäisi saada yleisön käyttöön. Silloin yleisö voisi ehkä myös enemmän ymmärtää SP:n rahapolitiikkaa, jos annetaan ihmisille oikeus puhua prosesseista ja periaatteista.”*

Haastateltujen toimittajien mielestä Suomen Pankin tulisi ottaa laajasti osaa talouspoliittiseen keskusteluun. Vähimmäisvaatimus on kommentoida niitä asioita, jotka vaikuttavat inflaatioon. Keskuspankin on myös osattava vastata siihen kohdistuvaan kritiikkiin: jos esimerkiksi joku syyttää keskuspankkia työttömyydestä, arvosteluun on osattava vastata. Kaksi-kolme toimittajaa toi esiin näkemyksen, että Suomen Pankin on otettava kantaa laajasti moniin asioihin, koska keskuspankin lonkerot johtavat heidän mukaansa pitkälle yhteiskuntaan. Esimerkiksi Skopin pelastamisen yhteydessä keskuspankki teki yhden näkemyksen mukaan suoraa teollisuuspolitiikkaa: päätti mikä yritys menee konkurssiin ja mikä ei. Yhden toimittajan mielestä Suomen Pankki “on jäänyt” yksin.

*“Viime aikoina hallitus on vaatinut rahapoliittisia toimia. Suomen Pankki on taas vastannut samalla mitalta, vaatii hallitukselta ja eduskunnalta toimenpiteitä. Kyllä minun mielestäni Suomen Pankin pitää ottaa tällaisiin asioihin kantaa. On ihan hyvä ylläpitää keskustelua.”*

*“Suomen Pankki on tottunut toimimaan suljetusti, siten että ei tarvitse julkisuudessa selittää mitään. Keskuspankki on kauhean sisänpäinlämpiävä. Pankki ei ole vielä kukaan kauhean avoin, vielä totutellaan siihen, että pankin politiikka aiheuttaa julkista keskustelua ja kritiikkiä. Pelätään, että kritiikki synnyttää jotain reaktioita rahamarkkinoilla.”*

*“Suomen Pankki pitäisi pistää myös vastuuseen teoistaan, siksi pitää myös osallistua keskusteluun, ei se ole missään norsunluutornissa.”*

*“Suomen Pankillahan on vain yksi tavoite, ja se on rahatalouden vakaus. Hallitus on sitoutunut siihen eli taloudessa rahapolitiikka on lyöty lukkoon pitkäaikaisena strategiana ja taloudessa on muita joustoelementtejä, joista on tietysti keskusteltava. Kyllä minun mielestäni SP voi sanoa, että nyt hallituksen pitäisi tehdä jotain, tai että työmarkkinoilla pitäisi tehdä jotain. Kyllä Suomen Pankki on osoittanut työmarkkinaosapuolille sekä puhein että korkoliikkeen näkemyksensä. Se on ihan oikein.”*

*“Suomen Pankki ottaa jatkuvasti kantaa tulopolitiikkaan. Aikoinaan Suomen Pankki otti hyvinkin yksityiskohtaisesti kantaa siihen, saako Suomeen perustaa uusia sahoja vai ei. Otti roolia myös teollisuuspolitiikassa. Suomen Pankki on ottanut kantaa Skopin yhteydessä, Tampellan yhteydessä siihen, mikä yritys menee konkurssiin ja mikä ei. On keinotekoista erottaa rahapoliittisia päätöksiä muista päätöksistä. Nehän vaikuttavat toinen toisiinsa... Näen ihan luonnollisena asiana, että pankki ottaa kantaa muuhunkin talouspolitiikkaan. Suomen Pankin aseet ja välineet ovat vähentyneet. SP:n mahdollisuudet vaikuttaa korkotasoon ovat selvästi vähentyneet tämän talouspoliittisen avautumisen seurauksena. Jos silloin haluaa vaikuttaa markkinoihin ja saada talouspolitiikassa jotain aikaiseksi, on entistä enemmän otettava kantaa muihin asioihin, eli tulopolitiikkaan, hintapolitiikkaan jne...”*

*“Muut kritisoivat, että inflaatiopeikko on saanut liian hallitsevan roolin Suomen Pankin politiikassa, ja että Suomen Pankin toiminta estää kasvun ja työllisyyden paranemisen. Vasta-argumentti on ihan oikein: koroilla hoidetaan yksi pieni osa ja Suomen Pankin mukaan rakenneuudistukset ovat niitä, mitkä auttavat. On julkisen viranomaisen velvollisuus kertoa, mitkä tekijät vaikuttavat sen toimintaan.”*

*“Keskuspankkikin voisi osallistua laajempaan keskusteluun, koska se toimii ympäristössä, joka ei ole pelkkä inflaatiotavoite. Yhteydet ovat väkisin olemassa. Ei siitä mihinkään päästä, että tietyt poliittiset kuviot ovat esimerkiksi sellaisia, että Suomen Pankin tulkitaan usein olevan niissä mukana. Vai onko sitten näin, että Suomen Pankki haluaa olla itsenäinen niin, että poliitikot eivät puuttuisi sen asioihin? Onko jako semmoinen, että ei puhuta puolin tai toisin? Ymmärrän, että keskuspankin pitää olla rahapolitiikassa itsenäinen suhteessa hallitukseen, mutta kyllä se muistetaan, kun Aho ja Kullberg ajautui hakauksiin, että ei ne kuitenkaan niin erillisiä asioita ole. Kyllä pankin pitää tehdä selväksi, että sen työ on puolustaa rahanarvon vakautta. Näin ei imagoa päästäisi sorkkimaan, niin että Suomen Pankin pitää aina vain vaieta ja ottaa iskuja vastaan.”*

Toimittajat kutsuivat siis Suomen Pankin varsin varauksettomasti mukaan laajempaan yhteiskunnalliseen keskusteluun. Tämä on selvää, koska toimittajan yksi tehtävä on herättää keskustelua. Harva pohti sitä, mitä haittoja laajasta keskustelustavoisista Suomen Pankille olla. Yksi toimittaja kuitenkin myönsi, että yksittäiset mielipiteet tulkitaan mediassa helposti Suomen Pankin kantana.

*“Lehtimiesten että suomenpankkilaisten pitäisi entistä enemmän harjaantua tekemään se ero, mikä on sopivaa keskustelua ja mikä ei. En tiedä pystytäänkö eroa käytännössä tekemään. Sallitaanko SP:n edustajan puhua omissa nimissään? Sen verran olen tuntevinani ammattikuntani ja rivipoliitikot, että jos on vähänkin herkät ajat ja raflaava idea, liika vapaus kaatuu keskuspankin niskaan...”*

Toimittajat ovat tehneet havainnon, että Suomen Pankki ottaa melko harvoin kantaa rahamarkkinoiden odotuksiin ja yleensä erilaisten diilereiden ja markkinaekonomistien väitteisiin. Kaksi toimittajaa toi esiin näkemyksen, että vuoropuheluun pitäisi antautua nykyistä useammin, joskin päivittäinen Suomen Pankin kommentointi koettiin utopistiseksi. Argumentti oli, että lehtijutut seisovat usein vain yhdellä jalalla: niistä kuultaa vain markkinoiden näkemys.

*“Suomen Pankki voisi ottaa enemmän kantaa, jos markkinoilla on erityisiä odotuksia, jos markkinat toimivat jotenkin Suomen Pankin mielestä väärin. Useinhan markkina-analytiikot ovat sitä mieltä, että Suomen Pankki on jossain väärässä. Käsitys on, että SP ei mielellään antaudu keskusteluun markkinoiden analytikkojen tai ekonomistien kanssa. Suomen Pankki voisi puolustaa omaa kantaansa. Sitä tapahtuu aika harvoin. Suomen Pankin edustajat vain pudistavat päätään. Joskus ovat kommentoineet, ei ihan kategorista, mutta olisi tervetullutta, jos keskustelua saadaan lisää.”*

Yksi toimittaja pohti sitä, onko Suomen Pankin avautuminen johtunut pankista itsestään vai onko ulkoinen paine ajanut muutoksiin. Viesti oli selvä.

*“Suomen Pankkia on julkisessa sanassa viime vuosina yhä enemmän analysoitu, kovisteltu, arvosteltu ja haukuttu. Kyllä kai se kenen tahansa fiksun johtoporukan saa liikkeelle. Mikään organisaatio ei kestä kritiikkiä mykkänä. Silloinhan se saa täysin vastuuttoman toimijan maineen: sen koetaan tekevän hallaa yhteiselle hyvälle, siihen ei saa mitään otetta, se ei perustele mitään, ei selittele jälkeinpäin saatikka että kertoisi, mitkä sen politiikan perusteet ovat. Nostaa vaan korot pilviin, pilaa vaihtokurssin, pilaa viennin, pilaa työllisyyden. Täytyy olla aika pökölö, jos ei ymmärrä, että toimintaa pitää perustella, selittää laajasti ja hakea yhteistä hyväksyntää. Demokraattisessa yhteiskunnassa sanelupolitiikka ei pidemmän päälle päde.”*

Suomen Pankki julkisti ensi kertaa inflaationäkymänsä käyrän muodossa koronlaskun yhteydessä lokakuussa 1995. Sen jälkeen on eri yhteyksissä julkaistu osia ennusteesta Markka & Talous-lehdessä. Toimittajat ovat pistäneet tapahtuman myönteisesti merkille. Heidän on vaikea ymmärtää, miksi pankin ennuste ei ole julkinen.

*“Inflaatioennusteen julkistaminen on hyvä asia, joka pankin pitää tehdä, koska alhainen inflaatio on pankin pätehtävä. Julkistamisessa pitäisi kuitenkin olla johdonmukainen: se pitäisi julkistaa joka kerta. Kasvulukujen julkistaminen saattaisi aiheuttaa hämminkiä siksi, että voisi tulla epäselvyyttä, mikä on Suomen virallinen ennuste.”*

*“Pankillahan on ollut salainen suhdanne-ennuste, joka on ollut enemmän tai vähemmän tiedossa. Se on ollut julkinen salaisuus. Nyt ollaan tultu välttämättömyyden eteen...Kehitys on johtunut omasta vaikuttamisen tarpeesta. Täytyy julkistaa näitä ennusteita. Pelkällä koronmääräämisellä ei voi enää vaikuttaa. Täytyy vaikuttaa odotuksiin ja luoda ihmisille toisenlaisia signaaleja. Näen julkistamispolitiikan välineenä.”*

*“Mä en ymmärrä, miksi Suomen Pankin ennusteet on salaisia. Ehkä tässäkin pelätään kritiikkiä. Jos ennusteet eivät mene putkeen, huomataan, että päätöksiä on tehty väärin perustein.”*

*“Ollut hyvä, että Markka & taloudessa on ollut enemmän tietoa. Tuntuu, että rohkeus pankissa on kasvanut, että uskalletaan julkisesti ennustaakin jotain. Yleensä SP ei ole antanut minkäänlaisia pidemmän tähtäimen ennustetta. Avoimuus on siinä mielessä kasvanut. Viime aikoina ne on kyllä ollut aika pielessä ne inflaatioennusteet.”*

*“Kaikki muutkin ennustaa pieleen. Jos ennuste on salainen, se on hätävarjelen liioittelua. Se, että onko inflaatio 1,2 tai 1,5 on pieni juttu, verrattuna siihen, mitä SP:n toimista näkee. Kuka jaksaa sen jälkeen kiinnostua pienistä heitoista ennusteissa? Mitä sillä on väliä?”*

## 6.6 Suomen Pankin EMU-kanta

Toimittajat toivoivat Suomen Pankilta ennen kaikkea tutkimustietoa talous- ja rahaliiton vaikutuksista Suomen talouteen. Toisten mielestä pankin ei tulisi antaa omia suosituksia. Toiset taas korostivat, että pankki voi sen tehdä. Silloin näkemyksiä peilattaisiin siihen, että Suomen Pankki menettää valtaa rahaliitossa. Osa toimittajista oli sitä mieltä, että Suomen Pankki on jo ottanut kantaa EMU:n puolesta - teoillaan. Toisaalta yksi toimittaja tituleerasi Sirkka Hämäläistä Suomen ensimmäiseksi EMU-kriitikoksi.

*“Suomen Pankin asiantuntemuksen piirin kuuluu kertoa, mitä tapahtuu, jos liittyytään EMUun. On loppujen lopuksi poliittisen demokratian asia ottaa siihen kantaa. SP toivottavasti tuottaisi tietoa, eikä sisällyttäisi siihen mitään indoktrinaatiota.”*

*“Pankin tulisi kertoa EMU:sta aika keskeisesti, koska markastahan on kyse. Keskuspankilla on kyky tuottaa tutkimustietoa siitä, että mitä vaikutuksia jollain oman valuutan poistumisella on rahapolitiikkaan, ja miten se muuttaa muita kuviota. Mikä ylipäättään tulee Suomen Pankin rooli olemaan? Tietoa on harvinaisen vähän. Olisi ehdottomasti lisäämisen paikka.”*

*“Suomen Pankki on ottanut sopivalla tavalla kantaa EMUun. Sirkan puheenvuoro Saksassa oli upea, se oli nimenomaan ERM-asiaa. On korostettu, että EMU on nimenomaan poliittinen prosessi.”*



*“Suomen Pankki on ottanut EMU:un kantaa omalla politiikallaan, jos ajatellaan, mitä EMU meiltä edellyttää. Sehän tarkoittaa sitä, että meidän työmarkkinajousten pitää olennaisesti lisääntyä. Sillä tavalla pystytään toteuttamaan inflaatiotavoitetta... SP on koko ajan ajanut tämän tyyppistä linjaa kuin monet muutkin Euroopan keskuspankit.”*

*“Jotenkin Suomen Pankki on jo ottanut kantaa Emuun. Jos Sirkan muutama vuoden vanhoja haastatteluja lukee, häntä voi kutsua melkein ensimmäiseksi EMU-kriitikoksi Suomessa. En osaa sanoa, mistä se johtuu. Monet asiat Kannanotot on suhteutettava siihen, että pankki menettäisi EMUssa valtansa.” tuppaa kuitenkin olemaan valtakysymyksiä, vaikka sitä ei ääneen lausutaakaan. Eivätkä päättäjät itse sitä huomaakaan.”*

*“Kyllä Suomen Pankki voisi ottaa kantaa EMU:uun, koska siellä on asiantunte-  
musta. Eihän Suomen Pankki kuitenkaan päätä EMUun liittymisestä.”*

## 6.7 Toimittajien odotuksia ja käytännön kokemuksia Suomen Pankin tiedotuksesta

Tähän osioon on listattu toimittajien esittämiä konkreettisia odotuksia ja kokemuksia Suomen Pankin tiedotuksesta. Toiveet eivät ole yhtenäisiä, sillä eri tiedotusvälineillä on erilaisia intressejä.

1) Taustatilaisuudet. Suomen Pankin pitäisi järjestää taloustoimittajille taustatilaisuuksia, joissa asioista voisi keskustella nykyistä epämuodollisemmin.

*“Viestinnän tasolla olisi järkevää, että olisi enemmän epämuodollisia keskustelumahdollisuuksia, joissa voitaisiin keskustella asioista. Ettei asioita tarvitsisi katsoa aina markkinadiilereitten näkökulmasta, niiden antaman näkökulman varassa. SP:n pitäisi voida keskustella off the record siitä, mikä on heidän näkemyksensä asiasta. Kun pistän jutun lehteen, se saattaa olla sillä tavalla vino, että siitä puuttuu joku olennainen.”*

*“Ongelma Markka & talous-tiedotustilaisuudessa on se, kun kaikki kokevat sen viralliseksi tiedotustilaisuudeksi. Sielläkään ei päästä keskustelutasolle. Liian iso joukko. Pitäisi tehdä niin kuin yritykset: kutsuvat aina jonkin tietyn porukan, joiden kanssa puhutaan tausta-asioista. Esim. Hesarin toimitus kerrallaan jne. Kaikki tietäisivät, että tämä on tiedoksi, mutta ei siteerattavaksi.”*

- 2) Keskeiset tilastot olisi hyvä saada myös internetin kautta.
- 3) Rahoitusmarkkinatilastossa olisi hyvä olla tiedote ja/tai graafeja, jotta sen selaamiseen ei menisi kohtuuttomasti aikaa. Vaihtoehtoisesti RM-tilaston lukuopastusseminaari voitaisiin järjestää vuosittain toimittajille.
- 4) Suomen Pankin keskustelualoitteet pitäisi saada suoraan tai edes tiedote niistä.
- 5) Hämäläisen ja Vanhalan puheet olisi hyvä saada etukäteen, jotta niistä voisi kirjoittaa huolellisempia juttuja.

- 6) Maksutasetilastoon lisää rautalankavääntöä. Käsitteet voisi esimerkiksi vakioliitteenä aina selittää. Arvopaperisijoitukset voitaisiin eritellä maksutasetiedotteessa yksityiskohtaisemmin.
- 7) Olisi hyvä tietää, milloin johtokunta kokoontuu kuten Saksassa.

Toimittajat viittasivat myös joihinkin yleisiin havaintoihin, joita heillä oli ollut toimiessaan käytännön yhteyksissä Suomen Pankin tiedotukseen ja edustajiin.

*“Hirveän hyvää se palvelu ja yhteistyö. Mekin niitä graafeja aina mangutaan. Ne tulee aina, ja kun kysyy jotain, kertoillaan vähän taustoja. Oikeastaan tuollaiseksi instituutioksi pankki on yllättävän notkea ja nuorekas, helposti lähestyttävä. Voisi kuvitella, että muualla keskuspankki on mahtipontisten muurien ympäröimä. Täällä voi soittaa ja kysyä.”*

*“Pankissa on ihmisten varmaan vaikea ymmärtää sitä, että tiedotusvälineet toimivat hirveän nopeasti. Joskus kun on halunnut saada jotain tietoa, käsittämätöntä, että se pitää toimittaa samana päivänä...Ylimielisyyttä on esiintynyt. Ei ole katsottu tarpeeksi tärkeäksi vastata toimittajien kysymyksiin.”*

*“Jotkut pankkilaiset suhtautuvat pikkumaisesti haastattelujen tarkistuksiin. Usein tulee vähän pitkiä lauseita, jos lisäälee liikaa. Minun ohjeeni on, että jos haluat saada faktat oikein, tarkista juttu. Jos taas haluat, että sanoma menee perille, anna toimittajan hoitaa asia...Tämän voi ajatella kapeasti. Me toimittajat olemme sellaisia, että jos meidän juttuja tarkastetaan, me ollaan niin herkkähipiäisiä, että me kostetaan. Tehdään vähän vittumaisempi juttu. Hiukan suurpiirteisempi suhtautuminen antaa tilaa toimittajan tulkita sitä, mitä toinen on yrittänyt sanoa. Julkisuus on niin massiivinen virta, että siinä ei kannata nippeleihin kiinnittää huomiota, vaan kokonaisuuteen. Musta Vanhalan Masa on tässä suhteessa aika hyvä.”*

*“Muutamissa haastattelutilanteissa Suomen Pankin kellokkaat ovatkin nykyään ihan toisenlaisia kuin takavuosina. He pystyvät haastatteluissa väittelymäisyyteen. Jos heittää jonkun idean, sieltä ei tule paperista luettu doktriini, vaan aletaan pohtia. Lopputulema on ollut kuitenkin Suomen Pankinkin linja. Altistetaan kritiikille, asioista puhutaan oikeilla nimillä, vastaukset sisältävät ääneen ajattelua. Tämä ei ole ristiriidassa keskuspankin tavoitteiden kanssa, tulee pahan asiat paremmin perusteltua.”*

*“Keskuspankki tuottaa tietoa aika sopivan määrän. Hyvä tapa on Markka & talous-lehti, jossa on kirjoituksia odotuksista ja käsityksistä. Asiaa parantaa vielä se, että Hämmäläinen tulee keskustelemaan siitä. Onhan se jo aika hyvä, en usko, että missään maassa sitä enempää keskuspankki on lähestyttävissä. Kyllä siihen voi olla aika tyytyväinen. Tietysti me halutaan aina vaan lisää. Pitää ymmärtää, että keskuspankki ei voi olla koko ajan puhumassa asioista. Olen oppinut ymmärtämään rajat, mitä keskuspankista voi odottaa.”*

## 7 Taloustoimittajien kommentteja SP:n edustajien räikeimpiin väitteisiin tiedotusvälineistä

Tähän lukuun on kerätty kirjoittajan mielestä Suomen Pankin edustajien provosoivimmat tai keskustelun kannalta mielenkiintoisimmat väitteet, joihin toimittajat saivat esittää vasta-argumentteja. Tarkoitus oli luoda kahden ryhmän välille vuorovaikutusta, ja hahmottaa vastainasettelun avulla ryhmien välisiä eroja ajattelussa. Tämä osio tarjoaa Suomen Pankin edustajille hyvän näyteikkunan siihen, mitä monet keskeiset taloustoimittajat ajattelevat työstään.

Pääosin toimittajat puolustivat omaa reviiriään, joskin mukaan mahtui myös jonkin verran itsekritiikkiäkin. Tämä osio herätti eniten innostusta ja intohimoja. Moni toimittaja, joka oli ollut hyvin maltillinen haastattelun aiemmissa osioissa, innostui viimeistään nyt väittelyyn. Siinä missä toimittajilla oli hyvinkin erilaisia näkemyksiä koskien Suomen Pankkia, omasta työstään heillä oli varsin yhtenäinen ja selkeä kuva. Hauska huomio oli se, että joillakin toimittajilla oli vaikeuksia vastata väitteisiin lyhyesti, vaikka näin pyydettiin. Toimittajathan itse vaativat usein hyvin lyhyitä kommentteja juttuihinsa. Toimittajien vastaukset tuntuivat heijastelevan laajasti ammattikunnan omaa eettistä säännöstöä, jonka Suomen Journalistiliitto on koonnut "Journalistin ohjeisiin". Siltä osin kuin väitteeseen näytti löytyvän vastaus myös Journalistin ohjeista, on sekin lisätty tekstiin. Journalistien eettinen säännöstö oli jonkinlainen ihanne, johon toimittajat pyrkivät. Käytännössä toimittajat joutuvat tekemään ratkaisuja myös kaupallisuuden lisääntyneen paineen alla.

### VÄITE 1

*"Tiedotusmaailma nopeutuu ja viihteellistyy. Kehitys on rahapolitiikan harjoittamisen kannalta ongelmallista, koska rahapolitiikka kuuluu yhteiskunnassa taustalle. Yleensä vain epäonnistumiset synnyttävät uutisia."*

### TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA

*"Ensimmäinen väite on totta, mutta jaksan uskoa myös, että se (tiedotusmaailma) myös syvenee. Rahapolitiikan ja talouspolitiikan tuntemus on esimerkiksi lehdissä parantunut. Ei rahapolitiikka kuulu taustalle. Joskus ajateltiin, että suuryritysten fuusiot kuuluvat aina taustalle. Rahasuvut tekivät fuusiot keskenään sikaria polttaen ja konjakkia nautiskellen, eivätkä lehdet koskaan kirjoittaneet siitä. Kyllä rahapolitiikkakin kuuluu esille. Tottakai epäonnistumiset synnyttävät uutisia, mutta kyllähän päätöksetkin uutisoidaan."*

*"Tyypillinen suomenpankkilainen ajatus. Suomen Pankki haluaa vetäytyä taustalle. Rahapolitiikka ei missään tapauksessa kuulu taustalle. Jos korkopäätöksiä tulee usein ja muutokset on pieniä, kaikkia ei jaksaa samalla painolla seurata. Ei välttämättä tarvitse tehdä virheitä, että herättää julkisuuden kiinnostusta."*

*"Rahapolitiikan on oltava esillä, koko inflaatiiovastaisen taistelun suurimmat häviäjät ovat velkaantuneet kotitaloudet... Jos menee liian hyvin, toimittajia syytetään, että ei ole kerrottu vaaroista. 80-luvun lopulla Tuunaset ja muut Kourit olivat suuria sankareita. Silloin olisi pitänyt tehdä huonojakin uutisia."*

*“Viihteellistyminen ja lauseen perässä juokseminen on lisääntynyt. Tyypillistä oli Lipposen vappu-vastaanotolla, joka oli tarkoitettu leppoiseksi seurustelutilaisuudeksi. Lipposta kuvattiin jopa kun se meni kuselle ja heti pumpattiin lausuntoja. Taustakeskustelusta on tullut hankalaa. Olen valmis yhtymään arvosteluun. Rahapolitiikan pitää kuulua taustalle. Yleisjulkisuudessa on joka jannu kohteena. Talousuutiset ovat osajulkisuutta, jossa kadunmiehen ei tarvitse olla päämaali. Paitsi jonkun ronskin korkoliikkeen yhteydessä, jos halutaan saada kansa kuluttamaan ja antamaan potkua kotimaiseen kysyntään .”*

*“Kun tiedotusvälineet viihteellistyvät, samalla kasvaa epäpoliittisuus. “Meillä on mukavaa yhdessä”- ja “mitä julkkikselle kuuluu”-journalismi vie enemmän tilaa. Epäkohtien käsittely jää vakaville osastoille ja vakaville välineille...Taustalle vetäytyminen on juuri tätä vanhanaikaista keskuspankkilaisten näkemystä. Sama kuin selittäisi, että tiedotusvälineillä ei ole mitään valtaa. Kyllä mielipiteisiin vaikuttamisella on merkitystä, esimerkiksi siinä, miten korkoase tehoaa. Ei pidä vähätellä omaa virastoaan...Ainahan epäonnistumiset synnyttävät uutisia.”*

*“Tiedotusmaailma nopeutuu, mutta se ei viihteellisty joka paikassa. Tiedotusmaailma pikemminkin eriytyy. Toiset alueet viihtellistyvät, toisella alueella faktapuoli säilyttää painonsa...Rahapolitiikan kanssa ei päästetä piiloon päättäjiä. Kyllä me sekin halutaan käsitellä...Asiathan pitää normaalisti hoitaa hyvin.”*

#### OTE JOURNALISTIN OHJEISTA

*“ Myös viihteellä on nykyaikaisessa joukkotiedotuksessa näkyvä asema.”*

#### VÄITE 2

*“Journalismin jalo tehtävä on tiedon lisääminen...”*

#### TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA

*“Ei ole. Tehtävä on oleellisen tiedon erottaminen tietotulvasta. Tietoa on ihan tarpeeksi ilman journalismiakin.”*

*“Paljonkohan journalismi tuottaa vaan informaatiota tiedon sijasta: merkkejä ja ilmaisuja, joista voi olla yksilön orientoitumiselle enemmän haittaa kuin hyötyä. Kun massiivisesti tulee paskaa, pitäisi löytää siitä se, jossa on jotain tolkkua.”*

#### OTE JOURNALISTIN OHJEISTA

*“Journalistin on työssään pyrittävä totuudenmukaiseen, olennaiseen ja monipuoliseen tiedonvälitykseen.”*

#### VÄITE 3

*“Journalismin tehtävänä on vaan välittää suuremmalle joukolle ihmisiä niitä käsityksiä, mitä organisaatioilla, asiantuntijoilla ja muilla kansalaisilla on yhteiskunnasta. Tehtävänä ei ole mikään totuuden etsiminen. Jos journalismi pystyy heijastamaan olemassaolevaa todellisuutta, se on onnistunut.”*

## TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA

*“Hymyilyttää. Joka näin sanoi ei varmaan ole ollut tosissaan. Asia ei ole noin. Näin ajateltiin kommunistisessa valtiossa. Jos tuo otettaisiin ohjeeksi meilläkin, voisi päätellä minkälaisessa yhteiskunnassa oltaisiin.”*

*“Yhteiskunnassa on monenlaisia eturyhmiä, jotka yrittävät tuoda näkemyksiään julkisuuteen. Toimittajan tehtävä on tunnistaa, mikä on kenenkin intressissä, yrittää löytää totuus kantojen taustalta. Jos toistaa eri instanssien kantoja, se johtaa eipäs juupas -keskusteluun.”*

*“Ei pidä pelkästään välittää valmiiksi annettuja näkemyksiä. Tehtävä on etsiä piilossa olevia ristiriitoja. Useinkaan julkisanotut asiat eivät vastaa todellista ajattelua, ei ole mikään peili sinänsä. Tuossa näkemyksessä rinnastetaan toimittaja tiedottajaan. Me vaan kerrotaan, mitä muut toivovat meidän kertovan.”*

*“Journalistilla on sama oikeus kommentoida asioita kuin muillakin.”*

*“Journalismin tehtävänä on välittää niitä näkemyksiä, mitä laajemmalla joukolla kansalaisista on: Suomen Pankin näkemykset, kansanedustajien näkemykset, teollisuuspiirien näkemykset. Tällä tavalla ylläpidetään keskustelu ja tarjotaan ajattelun rakennuspuuta. Totuuden etsiminen liittyy pitkälle pääkirjoituksiin ja kolumneihin, joissa tarjotaan pohdintaa.”*

*“Journalismin keskeinen tehtävä on välittää tietoa eli olla medium. Toisaalta journalistit voivat olla myös tiedon muodostajia, koska ne ovat kärpäsina katossa eri puolilla yhteiskuntaa. Joskus tuntee itsensä herkkusieneksi, jolle puhutaan paskaa eri tahoilta ja pidetään pimeässä. Joskus taas tuntuu, että on paremmin perillä jostain asiasta kuin haastateltava. Miksi tätä ei saisi tuoda esiin. Tämä ei tarkoita sitä, että oma vakuuttuneisuus nousisi pääsääntöisesti jutuissa päällimmäiseksi asiaksi. Pitää muistaa olla nöyrä ja välittää käsityksiä.”*

*“Pitää heijastaa olemassaolevaa todellisuutta, mutta se ei yleensä onnistu, jos vaan sirpaleisesti välittää eri tahojen käsityksiä. Journalistisessa prosessissa asioita on pakko yhdistellä ja asettaa erilaisiin yhteyksiin. Toimittajan perskohtaista vastuuta ei voi välttää.”*

## OTE JOURNALISTIN OHJEISTA

*Joukkotiedotuksen keskeisiä tehtäviä ovat todenmukaisen ja yleiseltä kannalta merkityksellisen tiedon välittäminen, keskustelun ja mielipiteenvaihdon edistäminen sekä yhteiskunnallisen vallankäytön valvominen. Myös viihteellä on nykyaikaisessa tiedonvälityksessä näkyvä asema.*

## VÄITE 4

*“Suomessa pääsevät julkisuuteen helposti selvästi vähemmistönä olevat (talouspoliittiset) mielipiteet, jotka myyvät lehtiä.”*

## TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA

*“Näin voi olla, jos mielipiteet ovat jotenkin erityisen hätkähdyttäviä ja kiinnostavia. Niiden pohjaltahan keskustelu lähtee viriää. En usko, että kummalliset puheenvuorot*

*pääsevät minään totuutena julkisuuteen. Meillä on aika tiukka kritiikki: höpö höpö-puheet eivät mene harkitsematta julkisuuteen.”*

*“Raha- ja talouspolitiikan käsittelyssä kulloinkin vallassaoleva linja saa hyvin paljon ohjelma-aikaa ja palstatilaa...Toimittajien piirissä on puhuttu pikemminkin siitä, kirjoitetaanko me liikaakin valtiovarainministeriöstä ja Suomen Pankista tulevaa liturgiaa ulos. Eikö meidän pitäisi pohtia vakavasti nyt vallassa olevan ajattelun ja muiden mahdollisten oppien hyötyjä ja haittoja? Ekonomistien ja valmistelevien virkamiesten pitäisi päästä myös enemmän näitä pohtimaan. Journalismi kulkee liikaakin kulloisenkin muodin perässä. Tämä tuottaa pidemmän päälle hallaa suomalaiselle yhteiskunnalle.”*

*“Ei pidä paikkaansa. Kyllä enemmistönä olevat mielipiteet hallitsevat medioita. Millimetrejä ei kyllä tosin saada useinkaan ajatusten syvyydellä painoarvolla, vaan esittäjänsä asemalla yhteiskunnassa.”*

*“Tässä juuri Suomen Pankki haluaisi vetäytyä taustalle. Sellaiset, jotka hakevat julkisuutta saavat sitä myöskin. Luulen, että jokainen toimittaja pyrkii noudattamaan työssään jonkinlaista tasapuolisuutta. Ei heittäydytä kenenkään helppoheikkien äänitorveksi. Toimittajat harrastavat myös lähdekritiikkiä.”*

*“Musta on hyvä että erilaiset mielipiteet pääsevät julkisuuteen. Olisi ikävä, jos aina vaan kirjoitettaisiin siitä, mikä on yleinen mielipide. Talouspolitiikassa ei ole yleistä totuutta. Silti enemmistö julkisuudessa esitetyistä mielipiteistä on hallituksen, Suomen Pankin ja valtiovarainministeriön ajatuksia.”*

*“Tässä ehkä tarkoitetaan pinnan alla kaiken aikaa poreilevaa devalvoitumiskeskustelua, jota Martin Saarinkangas on edistänyt. En voi pitää häntä vähemmistönä siinä mielessä, että metalliteollisuus koskee 30-40 prosenttia meidän viennistä ja se työllistää noin 400 000 ihmistä. On vaikea allekirjoittaa tätä näkemystä. Näin saattaa näyttää pankin näkökulmasta, jos pankissa on valtanäkemys siitä, että devalvaatio ja markan arvon vaihtelut ovat pahasta.”*

*“Mitä tulee lehtien myymiseen, niin talouspoliittinen ja yleensä poliittinen keskustelu (vaikka ne ovat erittäin merkittäviä yhteiskunnallisia asioita) eivät myy yhtään lehteä. Ei ensimmäistäkään lehteä, ei iltapäivälehteä, ei viikkolehteä, ei aamulehteä. Se ei ole mikään kaupallinen aihe. Täytyy olla todellinen sensaatio, jotta sillä voisi myydä lehteä. Tämä on puhdas bisnesnäkökulma asiaan.”*

## **VÄITE 5**

***“Journalisti on vastuussa koko kansalle.”***

### **TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA**

*“Journalisti on vastuussa omalle lukijakunnalleen siitä, että tieto jota välittää on totta ja että mielipiteet kolumneissa ja pääkirjoituksissa ovat perusteltuja. Sellaista yleistä vastuuta ei ole, että en kirjoita devalvaatiosta, koska jos kirjoitan, se saattaa toteutua. Tai jos telakka x on tilanteessa menossa nurin, jos kirjoitan, se saattaa mennä nurin. Siinä mielessä journalisti ei ole vastuussa koko kansalle. Hän on*

vastuussa välittämänsä aineiston todenperäisyydestä. Lukija saa päättää, kuluttaako tuollaista välinettä vai ei. Globaalia vastuuta ei ole.”

Muut haastatellut mukailivat myös samanlaista linjaa, joka löytyy journalistin ohjeista.

#### OTE JOURNALISTIN OHJEISTA

*Journalisti on ensisijaisesti vastuussa lukijoille, kuuntelijoille ja katselijoille.*

#### VÄITE 6

**“Rahapolitiikasta ei välttämättä poimita keskeisiä asioita. Tiedotustilaisuuksissa kysytään muutakin kuin mitä SP on tiedotteessaan kertonut.”**

#### TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA

“Kaikissa maissa tehdään niin, eikä se koske pelkästään keskuspankkeja. Täytyy olla pintajulkkis tai poliitikko, jotta kysytään esimerkiksi yksityiselämään liittyviä asioita, näin tehdään korkeintaan myötäsukaisessa henkilöhaastattelussa. Ajatellaan, että Suomen Pankin tiedotustilaisuuden aiheena on esimerkiksi kolikkouudistus tai uuden inflaation vastaisen esitteen julkistaminen ja samaan aikaan ERM-keskustelu on kuumimmillaan. Jos paikan päällä on muitakin kuin inflaatiobrosyyrin toimittaja tai kolikkouudistuksen junaillut virkamies, niin taatusti häneltä kysytään ajankohtaisesta aiheesta.”

“Suomalaiset toimittajat ovat hyvin kilttejä. Joku Britannian pääministeri tai USA:n presidentti joutuvat esimerkiksi autosta noustessaan heti kysymystulvaan luokkaa miten kommentoit, kun avainministerisi on sotkeutunut lahjuskandaaliin. Meidän kysymyksemme liittyvät usein organisaation toimintaan tai aihepiiriin. Eihän sellaisiin infoihin tule kukaan, joissa ei kerrota muuta kun mikä on paperilla.”

“Ai että se on huono asia, että kysytään muutakin kuin mitä tiedotteessa on? Toi on vanhanaikainen näkemys. Ikään kuin SP olisi joku norsunluutorni jossain rahapolitiikan maailmassa, jonka muurien ympärillä ei ole maailmaa ollekaan. Päätökset vaikuttavat kotitalouksien kulutuskäyttäytymiseen ja yritysten valuuttaterminoiteihin. Vaikutukset ulottuvat niin laajalle, että tiedotustilaisuudessa voi kysyä mitä tahansa. Se on toimittajien viisautta, että he eivät rajoitu vain siihen, mistä on tiedotettu.”

“Voi olla ainoa mahdollisuus pitkään aikaan, kun pääsee kysymään asioita suoraan Suomen Pankin johdolta. Silloin on tyhjennettävä koko kysymysarkku.”

#### VÄITE 7

**“Henkilöt saavat liian suuren roolin suomalaisessa talousjournalismissa.”**

#### TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA

“Tiedotusvälineiden käyttäjien toiveet vetävät siihen suuntaan. Katsoja, kuuntelija ja lukijatutkimuksissa on usein se viesti, että juttuja luetaan enemmän kuin niihin laitetaan myös ihmisestä jotain. Silloin jokainen kunnianhimoinen toimittaja haluaa sitä myös.”

*"Joka naamansa ruutuun laittaa, se henkilöityy väkisin. Jos ei olisi eläviä ihmisiä, haittaisi perillemeno. Tämä on väistämätöntä journalismissa. Ei voi tehdä juttuja haastattelematta tai haastattelemalla sata ihmistä. Kompromissi aina tehtävä."*

*"Taloudellisia päätöksiä tekevät ihmiset eivätkä organisaatiot, siellä on aina joku ihminen jolla on vastuu. 80-luvulla johtajat halusivat eturiviin kertomaan, että minun organisaationi menestyi ansiostani näin. Kunniamerkit kiinnitettiin menestyjien rintaan, ja he saivat nauttia päivänpaisteesta. Yllätykseksi tuli lama-aika, mutta tiedotusvälineet olivat oppineet sen, että kuka on organisaatiossa asioista vastuussa, jolloin myös tappiot liimattiin johtajien rintapieleen. Johtajat ovat itse tekemänsä politiikan vankeja, siksi talousjournalismi on henkilöitynyt...Ihmiset, jotka ovat talousjournalismin uhreja eivät ole tottuneet siihen, koska sitä on harrastettu niin vähän aikaa."*

#### **VÄITE 8**

*"Ongelma on se, että tiedotusvälineet puhuvat niin höpönpöpö...vääristävät...kyllä noissa poliitikkojen harmistuksissa on perää. Taipumusta hakea sensaatioita, keinotekoisia näkemysristiriitoja."*

#### **TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA**

*"Pitää luodakin jännitteitä, jotta erot hahmottuisivat."*

*"Ristiriidat ovat tapa synnyttää keskustelua. Ristiriitojen etsiminen pakottaa eri tahot perustelemaan mielipiteensä ja esittämään ne selkeästi."*

*"Surullista, että joku antaa tällaisen kuvan toiminnastaan. Jos joku on tosissaan esittänyt, se on oikea väite. Hän on ehkä kokenut jotain tällaista ja ollut harmissaan siitä. Hän menee hieman liian pitkälle yleensä, jos soveltaa formulaa ja kaavaa kaikkeen."*

*"Suomessa ei tarvitse hakea näkemysristiriitoja politiikasta, taloudesta tai liikkeenjohdon piiristä. Suomalaiset ovat erittäin peruskateellista kansaa. Poliitikassa ja taloudessa on johdossa henkilöitä, joilta puuttuu taloudellinen peruskoulutus tai hankittu perustietämys siitä, miten maailma toimii. Kun tullaan kriisiaikoina isojen kysymysten eteen, kun asioita pitäisi miettiä käsiteellisemmällä tasolla. Kohta huomaa aiheuttavan hirveästi ristiriitoja. Ei niitä tarvitse hakea. Jos yhtä haastattelet, joka sanoo A, seuraavana päivänä soittaa joku, joka sanoo B."*

#### **VÄITE 9**

*"Luotettavuus on tärkeätä...toimittajaan on voitava luottaa...ettei hän käytä tietoja väärin."*

Tämän kysymyksen toimittajat tulkitsevat kahdella tavalla. Luotettavuus haasteltavaan liittyy toimittajan tiedonhankkimisprosessiin. Lehden luotettavuus on taas sitä, että esitetyt tiedot ovat oikeita.

#### **TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA**

*"Tämä toimii varmaan toisinkinpäin. Toimittajakin voi omalta osaltaan kertoa haastatellulle omia käsityksiään, tiedon murusia, jos välit on kunnossa."*



*“Luotettava saattaa olla tylsää. Helpompaa on tehdä räväkkää ja vetää säätimestä kovemmalle. Pitkässä juoksussa luotettavuus luo sen, että ihmiset viitsii tarttua lehteen. Räväkkyys kiinnostaa hetken.”*

*“Jos asia kerrotaan siten, että se kerrotaan taustaksi, tottakai pitää siihen voida luottaa. Yhtä lailla toimittajankin pitäisi luottaa, että lähde ei kerro vääriä tietoja. Jos lähde kertoo vääriä tietoja, myös journalisti kertoo vääriä tietoja.”*

*“Lähteellä ja toimittajalla voi olla erilaiset intressit. Jos luottamuksella kerrotaan, lupauksesta pitää pitää kiinni. Toimittaja voi nähdä kuitenkin uutisen vähän eri asiassa kuin lähde itse. Haluta kertoa eri asioista kuin lähde...Asiat voi kertoa monella eri tavalla. Jos saa selville jonkun yhteiskunnallisesti tärkeän asian, se täytyy kertoa. Sen voi kertoa niin, että ei petä haastateltavan luottamusta.”*

*“Yleensä toimittaja kertoo kaikki tietämänsä tiedot. Täytyy sopia pelisäännöt hyvin tarkkaan. Se joka kertoo jotain, ei voi olla niin naiivi, että uskoisi tiedon jäävän vain vastaanottajan päähän. Tottakai toimittaja rupeaa jotenkin niitä soveltamaan, ja niin on tarkoitettukin. Toimittajakin tietää hyvin sen, jos haluaa esiintyä nimettömyyden suojissa, vastuu tiedon paikkaansapitävyydestä siirtyy toimittajalle. Jos toimittaja kuvittelee tekevänsä pitkäjänteistä uraa, montaa kertaa ei voi pettää. Yksi kertakin voi riittää.”*

#### **VÄITE 10**

***“Paitsi että osaa kirjoittaa ja on käsitys lehtimiestyöstä, hyvällä taloustoimittajalla pitäisi olla melkein ekonomistin koulutus.”***

#### **TOIMITTAJIEN VASTAUKSIA**

*“Tässä tullaan vanhoihin hemanuslaisiin ihanteisiin objektiivisuudesta, että journalismi ja tiede yhtyisivät. Harrastusta voi olla molempiin suuntiin, mutta ei journalisti voi Jumalakaan olla. Kyllä sen pitää olla enemmän mediaattori.”*

*“En pidä asiantuntevuutta ensisijaisena. Toimittajan ominaisuuksiin kuuluu se, että se pystyy tarttumaan aiheeseen kuin aiheeseen. Selvittämään sen ensin itselleen, sitten lukijoille. Vielä sellaisessa muodossa, että se kiinnostaa.”*

*“Kun asiat osaa liian hyvin, niistä tulee itsestäänselvyyksiä...Hyvä, että on erilaisia toimittajia. Niitä, joilla on ekonomistikoulutus, että pääsee joissain asioissa syvemmälle. Työnjaon periaate toimii.”*

*“Olen tavannut paljon ekonomisteja, jotka tietävät vähemmän talouspolitiikasta kuin monet toimittajat. Vaarana on, että vieraantuu todellisesta elämästä. Tieteellistä jargonia kirjoittaa lehteen, jota kukaan ei ymmärrä eikä jaksa lukea. Ekonomistin tiedot olisi hyvä olla, mutta ei ekonomisti koulutukseltaan.”*

*“Suurin osa taloustoimittajista ei ole pohjakoulutukseltaan ekonomeja eikä ekonomisteja. Enemmistö on saanut joko toimittajan koulutuksen tai sitä läheltä liippaavan yleisemmän yhteiskuntatieteellisen koulutuksen. Silloin uran alkuvuodet taloustoimittajana menee käsitteiden oppimiseen...On mahdotonta ryhtyä kovempaan*

*kritiikkiin ja analysointiin esimerkiksi Suomen Pankkia kohtaan, kun paukut loppuvat heti. Kyllä tämä on haaste.”*

*“Mielellään pitäisi ollakin. Mutta kyllä fiksu ihminen oppii asioita itsekin. Ei virkamiehillä ja poliitikoillakaan ole kehuttavaa taloudellista koulutusta. Ongelma on laajempi. Jo koulussa pitäisi opettaa enemmän talousasioita. “*

Puhuttaessa hyvän toimittajan piirteissä oli yleisesti havaittavissa, että toimittajat itse painottivat hyvin vähän asiantuntemusta verrattuna haastateltujen pankkilaisten näkemyksiin. Toimittajat käyttivät ammattikuntansa ideaalista edustajasta adjektiiveja “utelias”, “rohkea”, “nopea”, “epäilevä”, “oikeudenmukainen” ja “luova”.

## 8 Johtopäätökset

Tätä selvitystä varten haastateltiin Suomen Pankista kahdeksaa keskeistä virkamiestä ja kahdeksaa Suomen Pankin kannalta keskeisessä mediassa työskentelevää talouspolitiikkaa seuraavaa taloustoimittajaa. Talon sisäisten haastattelujen tehtävänä oli hahmottaa, miten pankissa koetaan ulkoisen viestinnän tehtävä, tavoitteet ja kenttä. Toisaalta haluttiin myös löytää vastauksia kysymykseen, mitkä ovat viestinnän suurimmat puutteet. Lisäksi kartoitettiin, miten osa pankin keskeisistä virkamiehistä tuntee joukkoviestimiä ja niiden tapaa toimia. Taloustoimittajilta tiedusteltiin näkemyksiä Suomen Pankin ulkoisen viestinnän onnistumisesta, avoimuudesta, pankin imagosta ja EMU-tiedotuksesta. Taloustoimittajille tarjottiin mahdollisuus vastata myös joihinkin pankkilaisten esittämiin räikeimpiin tiedotusvälineitä koskeviin väittämiin.

Teemahaastatteluiden paras anti on se, että kunkin haastateltavan kanssa voi mennä tarkasteltavan aiheen kannalta varsin syvälle. Haastatteluista saatu aineisto ei luonnollisesti ole tilastollisesti yleistettävissä, vaan se on puhtaasti laadullinen.

Suomen Pankissa haastatellut tuntuivat sisäistäneen varsin hyvin tiedotuksen nykyiset peruslinjaukset. Perusnäkemykset voidaan tiivistää seuraaviin iskulauseisiin:

- 1) Tiedotuksen päätehtävä on palvella rahapolitiikkaa
- 2) Avoimuus on tärkeää: rahapolitiikan oltava läpinäkyvää
- 3) Suomen Pankin otettava kantaa lähinnä rahapolitiikkaan. Muuta talouspolitiikkaa voidaan kommentoida vain silloin, kun sillä on vaikutusta hintakehitykseen

Näkemykset heijastavat hyvin voimakkaasti vallitsevaa rahapolitiikan suuntausta, jonka mukaan rahapolitiikalla tulisi olla vain yksi tavoite - hintavakaus. Tavoitteen saavuttamiseksi mahdollisimman vähäisin kustannuksin keskuspankki tarvitsee uskottavuutta. Tämä taas edellyttää itsenäisyyttä, konsistenttia rahapolitiikkaa ja politiikan artikuloimista selkeästi julkisuudessa. Keskuspankin viestintä nähdään siis vallitsevien teorioiden käytännön jatkeena ja osana nykyaikaista rahapolitiikkaa. Imagon rakentaminen nähdään uskottavuuden rakentamisena.

Ongelma tulee siinä, kun ajattelua todella aletaan soveltaa käytäntöön. Tämä näkyi haastatteluissa, kun opituista iskulauseista siirryttiin yksityiskohtaisempiin aiheisiin. Sanoille annettiin hyvin erilaisia sisältöjä. Joillekin keskuspankkilaisille avoimuus merkitsi käytännössä hyvin matalaa profiilia: ennustetta ei haluttu julkistaa, talouspoliittisesta keskustelusta haluttiin vetäytyä, tiedotus haluttiin keskittää, kaikkea kommentointia haluttiin minimoida ja toimittajiin suhtauduttiin varauksellisesti. Toiset olivat taas valmiit julkistamaan ennusteen ja heittäytymään vapaammin talouspoliittiseen keskusteluun. Myös keskuspankin itsenäisyys tulkittiin eri tavoin: toiset kokivat, että keskuspankki voi vetäytyä yhä enemmän kuoreensa, toisten mielestä keskuspankin taas pitää saada hyväksyntä toimilleen "kansalta".

Kellutuksen ja uuden pääjohtajan aika on selvästi ollut opettelua elämään tiedotusvälineiden kanssa. Yhä useampi keskuspankin virkamies on joutunut julkisuuden kanssa tekemisiin. Suhtautuminen on muuttunut selvästi aikaisempaa mutkattommaksi, mutta tiedotusvälineistä esiintyy kuitenkin yhä hieman ristiriitaisia käsityksiä. Keskeinen ongelma tuntuu olevan se, että on vaikea ymmärtää tapaa, miten toimittajat ajattelevat. Moni pankkilainen korosti esimerkiksi hyvän toimittajan piirteinä sellaisia ominaisuuksia, jotka hänen omassa työssään ovat tärkeitä. Melkein kaikki mainitsivat ensisijaisesti hyvän toimittajan ominaisuudeksi asiantuntemuksen. Toimittajat itse eivät korostaneet asiantuntevuutta kovinkaan paljon: haluttavampia ominaisuuksia olivat

nopeus, uutisnenä, uteliaisuus, kriittisyys ja oman välineen hallinta. Ero heijastaa tiedotusmaailman ja keskuspankin arkipäivän ja toiminnan monessa suhteessa vastakkaista luonnetta. Siinä missä varsinkin uutistoimittajan päivärytmi sykkii ikuisen kiireen ja deadlineen mukaan, virkamies voi hieroa muistioitaan hyvinkin kauan. Siinä missä toimittaja yrittää saada juttuunsa lisää terää räväköillä otsikoilla ja muhevilla sanonnoilla, keskuspankkiiri pyrkii viilaamaan tekstinsä mahdollisimman asialliseksi.

Haastateltujen toimittajien arviot Suomen Pankin kyvystä viestiä rahapoliittisesta linjastaan koskivat lähinnä viime vuosia, jolloin rahapolitiikkaa on harjoitettu inflaatiotavoitteen mukaan. Rahapolitiikkaa pidempään seuranneet vertasivat nykytilannetta usein aikaan, jolloin Suomen Pankilla oli valuuttakurssitavoite. Haastatellut kokivat johdon vaihtumisen vuonna 1992 ja siirtymisen uuteen regiimiin muuttaneen myös tapaa viestiä rahapolitiikasta. Kaikki haastatellut toimittajat kokivat linjan muuttuneen aikaisempaa avoimemmaksi. Pankkilaiset korostivat toimittajia enemmän uuden valuuttakurssiregiimin merkitystä syynä tiedotuslinjan muuttumiseen, mutta yleisesti kahden ryhmän ajatukset muistuttivat tässä asiassa paljon toisiaan.

Arviot nykylinjan onnistumisesta vaihtelivat varsin paljon. Ajatuksiltaan haastatellut toimittajat eivät paljastuneet "sopuleiksi", vaikka heitä syytetään usein juoksemisesta samojen uutisten perässä. Nykylinjaan myönteisimmin suhtautuvat näkivät pankin selkeänä ja loogisena viestijänä, joka on rakentanut tiedotuspolitiikkansa inflaatiotavoitteen ympärille. Kielteisimpien arvioiden mukaan pankki ei osaa vielääkään kertoa viestiään "kansan kielellä", vaan se turvautuu osittain epävarmuuttaan "munkkilatinaan". Keskuspankki koettiin viestijänä usein "pelaajaksi", haastatellusta riippuen tämä koettiin kielteisesti tai myönteisesti.

Toimittajien näkemykset Suomen Pankista on tulkittava varsin myönteisiksi, jos niitä peilaa vuosikymmenen alun imagokriisiin ja nykyiseen taloudelliseen tilanteeseen. Lisääntynyt avoimuus on huomattu ja se on otettu myönteisesti vastaan. Erittäin myönteistä on se, että pankkia pidetään asiantuntevana. Tässä oli selvä yhtymäkohta ajattelussa kahden ryhmän välillä: myös pankkilaiset kuvailivat samalla adjektiivilla omaa työpaikkaansa. Menneisyyden varjona pankin imagoa rasittaa toimittajien kokema etäisyys, hitaus ja joustamattomuus. Norsunluutorni ei ole vieläkään kaatunut. Toimittajat eivät käyttäneet keskuspankista kuvauksia "luotettava" tai "turvallinen", jotka ilmenivät keskuspankkiirien puheissa. Kuvauksista käy hyvin ilmi se, kuinka toimittajat arvioivat keskuspankia hyvin paljon avoimuus - sulkeutuneisuus akselilla ja sen kautta, kuinka heihin suhtaudutaan. Keskuspankkiirille avoimuus ja julkisuus ovat ennen kaikkea toiminnan välineitä, joilla pyritään pankin perustehtävän - hintavakauden - saavuttamiseen.

Mielenkiintoinen oli monien toimittajien näkemys Suomen Pankista erittäin keskeisenä vallankäyttäjänä. Tämä korostui etenkin pidempään taloutta seuranneiden toimittajien piirissä. Monet uskoivat vakaasti, että keskuspankki vähättelee valtaansa tietoisesti. Keskuspankin ei nähty ainoastaan liikuttelevan lyhyitä korkoja, vaan sen lonkeroiden epäiltiin ylettyvän syvälle yhteiskuntaan: muistissa oli Suomen Pankin näkyvä rooli pankkikriisin selvittelyssä sekä 90-luvun alun devalvaatio-kellutus-kuvio. Toimittajilla oli kuitenkin myös varauksia: luoko salamyhkäisyys illuusion suuremmasta vallasta kuin se oikeasti onkaan, kysyi yksi toimittaja. Toinen uskoi Suomen Pankin "jääneen yksin". Kaiken kaikkiaan kuva yksitavoitteisesta itsenäisestä keskuspankista ei ollut vielä iskostunut haastateltujen toimittajien päähän.

Haastateltavilta toimittajilta kysyttiin näkemyksiä myös siitä, kuinka avoimeksi he kokevat Suomen Pankin. Esillä oli kolme teemaa: viestinnän keskittäminen, pankki talouspoliittisena keskustelijana ja suhdanne-ennusteen julkistaminen.

Viestinnän keskittäminen puhutti toimittajia paljon. He samaistivat keskuspankin äänen tärkeissä asioissa pääjohtaja Sirkka Hämäläiseen ja Matti Vanhalaan. Jotkut mainitsivat myös rahapolitiikan osastopäällikkö Pentti Pikkaraisen. Toimittajat kokivat keskuspankin linjan tärkeissä asioissa hyvin yhtenäiseksi. Yhden tulkinnan mukaan keskuspankin viesteistä saatetaan löytää erilaisia vivahteita, koska niitä kuunnellaan hyvin tarkkaan. Yleinen näkemys oli, että keskuspankin pitäisi rohkeammin antaa tilaa julkisuudessa myös muille pankin johtajille ja asiantuntijoille. "Kaikki eivät voi olla keskuspankissakaan samaa mieltä" ja "Kyllä sitä ääntä maailmaan mahtuu" olivat tyyppillisiä kommentteja.

Toimittajat ymmärsivät tosin, että monipäisyys saattaa olla keskuspankin kannalta ongelma: hintana voivat olla kielteiset korkoreaktiot ja ristiriitoja paisutteleva julkisuus. Tärkeät linjapuheet pitäisi heidän mukaansa siksi keskittää johtokunnalle. Yksittäisiltä ekonomisteilta toivottiin erityisesti asiantuntemuksen ja tutkimustiedon levittämistä laajemmalti yhteiskuntaan.

Keskuspankin virkamiehet korostivat toimittajia enemmän moniäänisyyden mahdollisia kustannuksia. Keskuspankin päätehtävä ei ole herättää keskustelua, vaan pitää hintataso vakaana, oli virkamiesten keskeinen viesti.

Haastateltujen toimittajien mielestä Suomen Pankin tulisi ottaa laajasti osaa talouspoliittiseen keskusteluun. Vähimmäisvaatimus on kommentoida niitä asioita, jotka vaikuttavat inflaatioon. Keskuspankin on myös osattava vastata siihen kohdistuvaan kritiikkiin: jos esimerkiksi joku syyttää keskuspankkia työttömyydestä, arvosteluun on osattava vastata. Kaksi-kolme toimittajaa toi esiin näkemyksen, että Suomen Pankin on otettava kantaa laajasti moniin asioihin, koska keskuspankin lonkerot johtavat heidän mukaansa pitkälle yhteiskuntaan.

Toimittajat ovat tehneet havainnon, että Suomen Pankki ottaa melko harvoin kantaa rahamarkkinoiden odotuksiin ja yleensä erilaisten diilereiden ja markkinaekonomistien väitteisiin. Kaksi toimittajaa toi esiin näkemyksen, että vuoropuheluun pitäisi antautua nykyistä useammin, joskin päivittäinen Suomen Pankin kommentointi koettiin utopistiseksi. Argumentti oli, että lehtijutut seisovat usein vain yhdellä jalalla: niistä kuultaa vain markkinoiden näkemys.

Toimittajat toivoivat Suomen Pankilta ennen kaikkea "ei-väritynyttä" tutkimustietoa talous- ja rahaliiton vaikutuksista Suomen talouteen. Toisten mielestä pankin ei tulisi antaa rahaliittoon liittymisestä omia suosituksia. Toisten mielestä pankki voisi sen taas tehdä. Silloin näkemyksiä peilattaisiin siihen, että Suomen Pankki menettää valtaa rahaliitossa. Osa toimittajista oli sitä mieltä, että Suomen Pankki on jo ottanut kantaa EMU:n puolesta - teoillaan. Toisaalta yksi toimittaja tituleerasi Sirkka Hämäläistä Suomen ensimmäiseksi EMU-kriitikoksi. Yleisesti EMU-asiassa toimittajien ja keskuspankin virkamiesten ajatukset kävivät yksin: päätös liittyä rahaliittoon on poliittinen, ja keskuspankillla on asiassa lähinnä asiantuntevan valmistelijan rooli.

## Lähteet

Aaltonen, Ari, - Aurikko, Esko - Kontulainen, Jarmo (1994):  
Rahapolitiikka Suomessa, Suomen Pankki A:90.

Bank for International Settlements (1995):  
External Communications, Policies and Practices, Basel.

Jäppinen, Marjo (1993):  
Suomen Pankin ulkoisen tiedotustoiminnan vaikutusmahdollisuudet yleisen  
puheenaiheen luomisessa, Tiedotusopin pro gradu -tutkielma, Helsingin yliopiston  
valtiotieteellinen tiedekunta.

Persson, Torsten - Tabellini, Guido (1990):  
Macroeconomic Policy, Credibility and Politics, Harwood Academic Publishers,  
Zürich.

## SUOMEN PANKIN KESKUSTELUALOITTEITA

ISSN 0785-3572

- 1/96 Kari T. Sipilä **A Data Communication Network for Administrative Purposes within the EU.** 1996. 53 s. ISBN 951-686-492-9. (TK)
- 2/96 Veikko Saarinen – Kirsti Tanila – Kimmo Virolainen **Payment and Settlement Systems in Finland 1995.** 1996. 60 s. ISBN 951-686-493-7. (RM)
- 3/96 Harri Kuussaari **Systemic Risk in the Finnish Payment System: an Empirical Investigation.** 1996. 32 s. ISBN 951-686-494-5. (RM)
- 4/96 Janne Lauha **OTC-johdannaiset ja Suomen oikeus.** 1996. 98 s. ISBN 951-686-495-3. (RATA)
- 5/96 Jukka Ahonen – Ilmo Pyyhtiä **Suomen teollisuuden rakenne ja häiriöalttius suhteessa muihin EU-maihin.** 1996. 37 s. ISBN 951-686-496-1. (RP)
- 6/96 Pekka Ilmakunnas – Jukka Topi **Microeconomic and Macroeconomic Influences on Entry and Exit of Firms.** 1996. 33 s. ISBN 951-686-497-X. (TU)
- 7/96 Jaakko Autio **Korot Suomessa 1862–1952.** 1996. 55 s. ISBN 951-686-498-8. (TU)
- 8/96 Vesa Vihriälä **Theoretical Aspects to the Finnish Credit Cycle.** 1996. 63 s. ISBN 951-686-500-3. (TU)
- 9/96 Vesa Vihriälä **Bank Capital, Capital Regulation and Lending.** 1996. 52 s. ISBN 951-686-501-1. (TU)
- 10/96 Vesa Vihriälä **Credit Growth and Moral Hazard. An Empirical Study of the Causes of Credit Expansion by the Finnish Local Banks in 1986–1990.** 1996. 53 s. ISBN 951-686-502-X. (TU)
- 11/96 Vesa Vihriälä **Credit Crunch or Collateral Squeeze? An Empirical Analysis of Credit Supply of the Finnish Local Banks in 1990–1992.** 1996. 50 s. ISBN 951-686-503-8. (TU)
- 12/96 Peter Redward **Structural Reform in New Zealand: A Review.** 1996. 35 s. ISBN 951-686-504-6. (KT)
- 13/96 Kaare Guttorm Andersen – Karlo Kauko **A Cross-Country Study of Market-Based Housing Finance.** 1996. 45 s. ISBN 951-686-505-4. (RM)
- 14/96 Kristina Rantalainen **Valtion luotonotto ja velkapaperimarkkinat Italiassa.** 1996. 29 s. ISBN 951-686-506-2. (RM)
- 15/96 Tuomas Saarenheimo **Monetary Policy for Smoothing Real Fluctuations? – Assessing Finnish Monetary Autonomy.** 1996. 36 s. ISBN 951-686-508-9. (KT)
- 16/96 Mikko Ayub **Eläkerahoitus ja talouskasvu. Taloutta kohtaavien sokkien vaikutus kasvuun ja hyvinvointiin osittain rahastoivassa eläkejärjestelmässä.** 1996. 72 s. ISBN 951-686-509-7. (TU)
- 17/96 Veikko Saarinen **Maksujärjestelmät ja -välineet Suomessa.** 1996. 34 s. ISBN 951-686-511-9. (RM)

- 18/96 Antti Ripatti **Stability of the Demand for M1 and Harmonized M3 in Finland.** 1996. 31 s. ISBN 951-686-513-5. (TU)
- 19/96 Juha Seppälä – Petri Viertiö **The Structure of Interest Rates: Estimation and Interpretation.** 1996. 55 s. ISBN 951-686-514-3. (MO)
- 20/96 Jukka Ahonen **Suomen Pankki ja tiedotusvälineet – virkamiesten ja taloustoimittajien vuorovaikutus.** 1996. 51 s. ISBN 951-686-515-1. (TIE)