

BLOGI

Keskuspankit viestivät aikaisempaa monipuolisemmin

Rahapolitiikka | 13.10.2021 | Jenni Hellström

KIRJOITTAJA



Jenni Hellström

Keskuspankkien viestintää on parjattu etäiseksi ja asiantuntijoille suunnatuksi koodikieleksi. Mutta voivatko keskuspankit muuttua? Yritystä siihen suuntaan ainakin on, sillä viime aikoina monet keskuspankit ovat uudistaneet viestintäkäytäntöjään osana rahapolitiikan strategiauudistusta. Kaukana ovat ajat, jolloin politiikkapäätösten yllätyksellisyyttä pidettiin hyvänä asiana ja viestin vaikeaselkoisuutta lähinnä kuulijan ongelmana.

Finanssikriisin ja pandemian myötä keskuspankkien laajentuneet tehtävät ovat monimutkaistaneet rahapolitiikan välineitä ja lisänneet avoimuuden tarvetta entisestään. Median murros ja sosiaalisen median merkityksen kasvu ovat saaneet keskuspankit perustamaan omia viestintäkanaviaan.

Euroopan keskuspankin Christine Lagarde on omalla pääjohtajakaudellaan korostanut ymmärrettävän viestinnän merkitystä ja muuttanut EKP:n viestintätapoja. Vuonna 2019 hän peräänkuulutti Euroopan parlamentissa, että EKP palvelee viime kädessä kaikkia eurooppalaisia, ja näin ollen myös suuren yleisön tulisi ymmärtää EKP:n toimintaa. *"Ihmisten tulisi tietää, että EKP on heidän keskuspankkinsa ja että se harjoittaa politiikkaa heidän etuaan ajatellen."*

EKP julkaisee podcasteja ja keskustelee rahapolitiikasta sosiaalisessa mediassa. Ympäri Eurooppaa järjestetyt keskustelu- ja kuuntelutilaisuudet olivat keskeinen osa strategian uudistamista. Suomen Pankilla puolestaan on takana 10 vuotta sosiaalisessa mediassa ja tänään jopa neljäsosa Pankin asiantuntijoista viestii työstään somessa.

Rahoitusala, ekonomistit ja talousmedia hyvin perillä rahapolitiikasta – muille EKP on jäänyt etäisemmäksi

Euroopan keskuspankin neuvosto muutti heinäkuussa 2021 rahapolitiikan strategiaansa. Osana strategian uudistamista kokoontui asiantuntijaryhmä, joka arvioi rahapolitiikan viestinnän onnistumista edellisen strategian aikana.

Arvion mukaan EKP:n viestit tavoittivat edellisen strategian aikana talouden asiantuntijat hyvin, mutta suurta yleisöä viestit eivät saavuttaneet riittävästi. Työryhmän mukaan rahapolitiikan viestintää pitää selkeyttää ja kohdentaa eri yleisöille.

Työryhmän arvion mukaan myös asiantuntijayleisöt hyötyisivät ymmärrettävämmästä viestinnästä. EKP päättikin strategiauudistuksen yhteydessä uudistaa asiantuntijoille suunnattua viestintäänsä. EKP:n pääjohtajan esitystä, jonka hän pitää rahapolitiikkokokouksen jälkeen järjestetyssä tiedotustilaisuudessa, on tiivistetty ja lyhennetty lähes puoleen aiemmasta. Uuden rahapoliittisen katsauksen tarkoituksena on perustella ymmärrettävästi neuvoston päätökset talous- ja rahoitusmarkkinatilanteen valossa.

Tärkeä päätös oli, että uuden strategian mukaisesti EKP:n neuvosto sitoutuu kohdentamaan viestinsä eri yleisöille niiden asiantuntemuksen mukaan. Näin pyritään lisäämään ymmärrystä EKP:n toimista. Se on olennaista paitsi ihmisten keskuspankkia kohtaan tunteman luottamuksen ylläpitämiseksi, myös rahapolitiikan tehokkuuden varmistamiseksi.

Selkeällä viestinnällä pyritään vakauttamaan inflaatio-odotuksia

Viestinnästä tuli viimeistään finanssikriisin aikana yksi rahapolitiikan välineistä euroalueella. Ennakoivan viestinnän avulla EKP:n neuvosto kertoo arvionsa siitä, miten ohjaukorkojen ja keskuspankkirahan määrä kehittyi lähivuosina. Tieto helpottaa talouden toimijoiden päätöksentekoa ja suunnittelua.

Selkeä ja oikea-aikainen viestintä lisää talouden toimijoiden ymmärrystä siitä, miten keskuspankki reagoi erilaisiin taloustilanteisiin esimerkiksi ohjaukorkoja laskemalla tai nostamalla. Ihmisten lisääntynyt ymmärrys puolestaan auttaa vakauttamaan inflaatio-odotuksia, jotka ovat olennaisia rahapolitiikan välittymisessä.

Mutta mitä tehdä, jos keskuspankkien viestintä ei kiinnosta? Kiinnostuksen inflaatiota ja rahapolitiikkaa kohtaan arvioidaan olevan vähäistä erityisesti silloin, kun inflaatio on hidasta (Coibion & al. 2020)¹. Tämä voi olla hyvinkin rationaalista, koska vakaan ja alhaisen inflaation oloissa asiaan ei ole tarvetta kiinnittää sen enempää huomiota.

Ihmisten kiinnostusta keskuspankkien viestintää kohtaan voidaan lisätä yksinkertaistamalla viestejä ja kertomalla, miten rahapolitiikan päätökset liittyvät ihmisten omaan elämään. Tämä on olennaista erityisesti Suomen kaltaisessa maassa, jossa 95 % asuntolainoista on sidottu vaihtuvakorkoisiin lainoihin. Suomen Pankki ja monet keskuspankit ovat ottaneet ihmisten talousosaamisen edistämisen yhdeksi toimintansa painopisteistä. Suomen Pankki edistää ihmisten oman talouden hallintaa mm. rahamuseon toiminnan kautta.

Selkeä ja kohdennettu viestintä on EKP:n uuden strategian keskiössä

Suomen Pankin tutkimuksen mukaan muulle kuin ammattiyleisölle [rahapolitiikan tavoitteista kertova viestintä on tehokkaampaa kuin välineistä kertova viestintä](#). Suurelle yleisölle kohdennettu selkeä ja yksinkertainen viestintä lisää rahapolitiikan tehokkuutta. Myös Candia et al. (2020) korostavat, että rahapolitiikasta pitää viestiä ei-ammattiyleisölle selkeästi ja yksinkertaisesti rahapolitiikan tavoitteita korostaen.²

EKP:n viestinnän ymmärrettävyyttä on parannettu siten, että kunkin rahapolitiikkapäätöksen yhteydessä julkaistaan [helppolukuinen tiivistelmä](#) päätöksistä kaikilla eurokielillä. Tiivistelmä sisältää visualisointeja ja se jaetaan eri kohderyhmille niille soveltuvissa kanavissa. Tiivistelmässä keskitytään perustelemaan, miten rahapolitiikka vaikuttaa kotitalouksien elämään ja yritysten toimintaan.

Myös Suomen Pankin julkaisut perustuvat kerroksellisuuteen. Eurojatalous-julkaisusivusto tarjoaa sisältöjä eri käyttäjäryhmille: tiedon silmäilijöille, täsmäiskijöille ja syventyjille. Näille ryhmille löytyy sivustolta omanlaiset sisältönsä. Silmäilijät voivat tutustua [helppolukuisiin yhteenvetoihin ja infograafeihin](#), täsmäiskijät löytävät hakemansa tiedon kynnysivuilta ja syventyjille on tarjolla pidempiä analyysyjä. Ymmärrettävän sisällön määrälle on asetettu Pankin strategiaan pohjautuvat tavoitteet. Julkaisujen pääviestejä ja erityisesti helppolukuisia sisältöjä nostetaan esille eri sosiaalisen median kanavissa kohderyhmien tarpeiden mukaan.

Vuoropuhelu ja vuorovaikutteisuus auttavat parhaimmillaan viranomaisia tekemään parempia päätöksiä ja antavat kansalaisille mahdollisuuden vaikuttaa päätöksiin oikeaan aikaan. EKP:n strategiauudistuksen yhteydessä pidettyjä kuuntelu- ja keskustelutilaisuuksia tullaan jatkamaan. Palautteen saaminen on olennaista, sillä jatkossa EKP arvioi strategiansa toimivuutta säännöllisesti.

Kuvio 1.

Inflaatiotavoite

UUESSA RAHAPOLITIIKAN STRATEGIASSA tavoitteena on kahden prosentin inflaatiovauhti keskipitkällä aikavälillä.

Tavoite on symmetrinen, eli sitä hitaampaa ja nopeampaa inflaatiovauhtia pidetään yhtä kielteisinä.



Asiasanat

EKP, rahapolitiikan strategia, rahapolitiikka, viestintä