

Fundarstjóri, ágætu fundargestir

Sjaldan hefur verið jafn viðeigandi að fjalla um traust og trúverðugleika og nú. Segja má að við höfum á síðust misserum lært lexíu um hversu miklu trúverðugleiki skiptir fyrir rekstur fyrirtækja og velferði þjóðar í alþjóðlegu umhverfi. Flæði fjármagns ræðst í síauknu mæli af skynbragði markaða og þess trausts sem fjárfestar bera til fyrirtækja og hagkerfa.

Sá vandi sem steðjar að íslensku hagkerfi um þessar mundir er ekki eingöngu bundinn við aukaverkanir þenslu og langvinns góðæris, heldur glíma íslenskar fjármálastofnanir og hagkerfið í heild við skaddaða ímynd, sem í felst skortur á trausti og trúverðugleika. Þetta endurspeglast í umræðu inninlands sem utan, innan vébanda fjölmiðla, fjármálageira og menntastofnana. Ímynd þjóða má líkja við viðskiptavild, sem getur laðað að fólk, fjármagn og hugmyndir og er efnhagslífi þannig nauðsynleg. Og það er sérstaklega á tímum umróts sem ímynd trausts og trúverðugleika skiptir sköpum, en svo virðist nú sem ímynd Íslands sé að þessu leiti veikburða og sveiflukennnd.

Það eru tveir grundvallarþættir sem byggja upp traust, annarsvegar gagnsæi og upplýsingamiðlun og hinsvegar samræmi á milli orða og athafna. Hvað hið fyrrnefnda varðar er mikilvægt, hvort sem um ræðir fólk, fyrirtæki eða þjóðir, að miðla upplýsingum til hagsmunaaðila með gagnsæjum og skilvirkum hætti. Það er líklegt að þær hremmingar sem íslenskt viðskiptalíf gekk í gegnum á vormánuðum árið 2006, og svo að hluta aftur síðustu mánuði, séu að töluverðu leyti til komnar vegna þess að eðlilegum spurningum um útrás og velgengni íslenskra fyrirtækja var ekki svarað sem skildi. Í einhverjum skilningi voru ekki til staðar innviðir, hvorki hjá fyrirtækjunum né hinu opinbera, til að takast á við þá miklu athygli sem íslensku viðskiptalífi var sýnd. Þó svo mikil og góð vinna hafi verið lögð í að koma á slíkum innviðum, er ljóst að enn eigum við nokkuð í land með því að svara spurningum um Ísland svo vel sé.

Önnur forsenda trúverðugleika er, eins og áður sagði, samræmi á milli orða og athafna. Með öðrum orðum, „ef þú segist ætla að gera eitthvað“ þá er besta og eina leiðin til að þér verði treyst að þú gerir raunverulega það sem þú sagðist ætla að gera. Þetta eru sjálfsögð sannindi og eiga við um einstaklinga, stjórnendur, stjórmálamenn, fyrirtæki, stofnanir, fjölmiðla, seðlabanka og ríkisstjórnir. Orðgjálfur eða pólitískar fegurðarsamkeppnir þar sem efndir fylgja ekki orðum verða stjórnámálönnum að falli. Rógburður eða óvandaður frétttaflutningur dregur úr trúverðugleika fjölmiðils og lesendum fækkar. Og hjá fyrirtækjum sem kynna fjárfestum eða lánadrottnum óraunhæf markmið sem ekki nást, gengur fjármagn fljótt til þurrðar. Að sama skapi er ljóst að Seðlabanki eða ríkisstjórn, sem ekki standa við gefnar yfirlýsingar, missa fljótt trú hagsmunaaðila með afar vondum afleiðingum fyrir það samfélag sem þeim ætlað er að styðja. Svona mætti taka fleiri dæmi.

Hugtakið traust er lykilþáttur í almennri skilvirkni samfélaga. Það hefur sýnt sig að samfélög, þar sem ríkir almenn tortryggni og vantraust, eru síður líkleg til að blómstra en þar sem málum er öfugt farið. Að sama skapi kemur tortryggni og vantraust sér mjög illa í samskiptum á milli ríkja. Þrátt fyrir tímabundinn skort á trúverðugleika íslensks hagkerfis búa Íslendingar við þau forréttindi að hér ríkir almennt traust manna á milli. Þetta er þó ekki sjálfgefið og það er því mikilvægt að standa vörð um þessi forréttindi. Með því að stjórnvöld, fyrirtæki, fjölmiðlar og aðrir áhrifavaldar fylgi þeim tveimur þumalputtareglum um gagnsæi og skilvirkni upplýsingamiðlunar og samræmi á milli orða og efnda, leggja viðkomandi aðilar sín lóð á vogarskálarnar við það að hér ríki áfram almennt traust þeirra á milli. Þetta er einnig forsenda trúverðugleika landsins út á við.

Frá því þetta málþing var haldið fyrir um ári síðan hefur mikið vatn runnið til sjávar. Ný ríkisstjórn er komin til valda, aðstæður í efnahagslífinu hafa breyst mikið, spurningar hafa vaknað um stöðu fjármálakerfisins, aðgerðir Seðlabankans og stefnu ríkisstjórnarinnar, og ýmis álitamál hafa komið upp er varða fjölmiðlaumfjöllun um Ísland, bæði héraendis og erlendis. Á síðasta ári reyndust fleiri treysta ríkisstjórninni en bæði viðskiptalífi og fjölmiðlum. Eins kom fram almenn og mikil trú á heilbrigðisgeirann en smásöluverslun rak lestina. Það er ljóst að tíðarandi og atburðir líðandi stundar hafa mikið að segja í mati á trúverðugleika tiltekinna stofnanna eða framleiðslugeira og fróðlegt að sjá hvernig staðan er nú, ári síðar. Verkefnið framundan er að efla áfram traust og trú á innviði íslensks samfélags, bæði inn á við og út á við. Það er von mín að niðurstöður eins og þær sem nú verða kynntar úr könnun Capacent og Edelman geta gefið mikilvægar vísbendingar um hvernig það skuli nálgast og veiti stuðning í því brýna verkefni sem framundan er.