Poliittisen mainonnan asetusehdotus

U 73/2021 vp Valtioneuvoston kirjelmä eduskunnalle



Liikenne- ja viestintävaliokunta
18.2.2022
Ismo Huhtanen

medialiitto

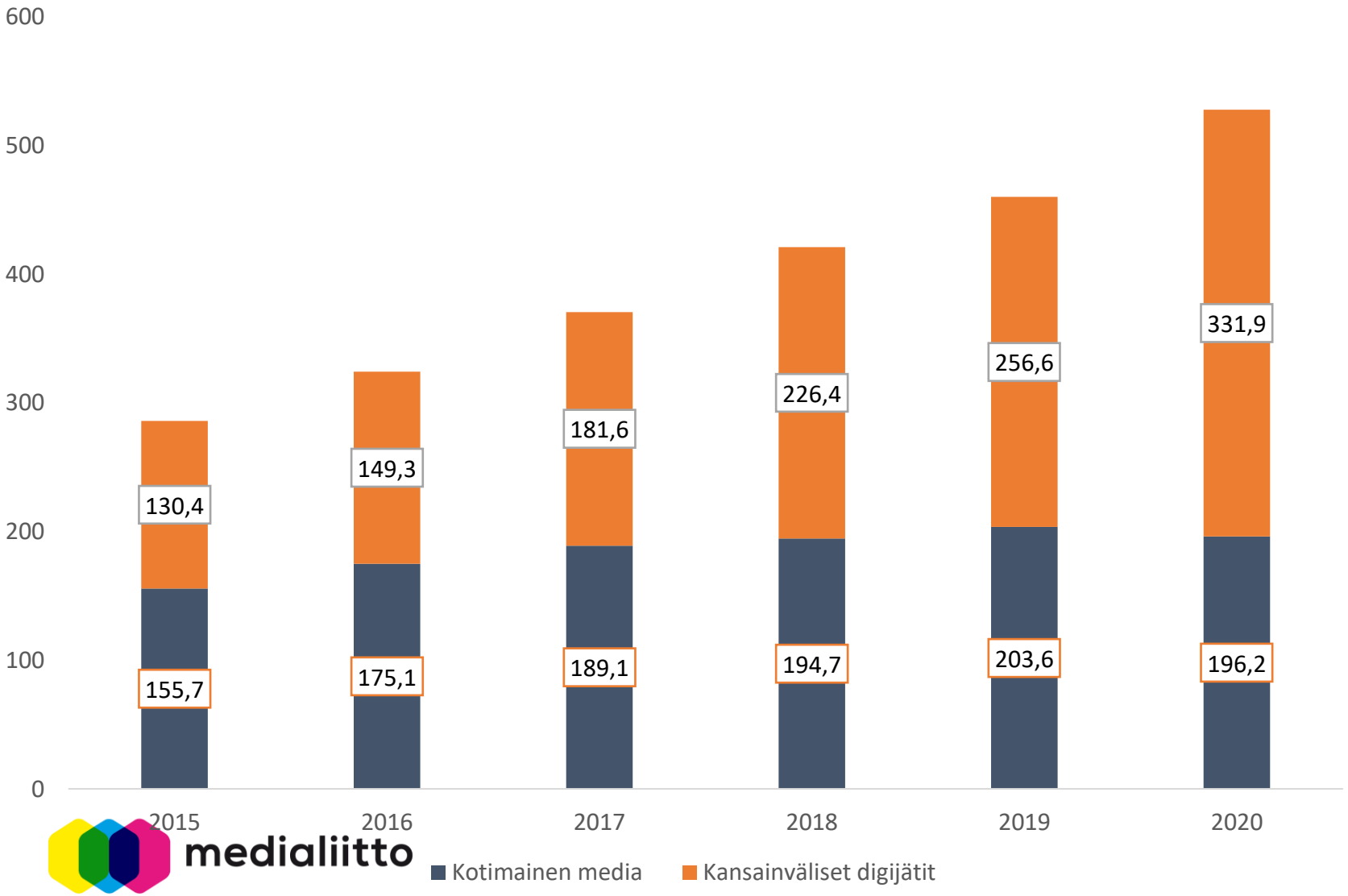
Asetusehdotuksen tavoitteet suojaavat myös riippumattomien tiedotusvälineiden toimintaympäristöä

- Kunnianhimoisen ehdotuksen tavoitteena on suojella vaalien luotettavuutta ja turvata avoin demokraattinen keskustelu. Lisäksi tavoitteena on torjua disinformaatiota ja demokraattisen prosessin manipulointia.
- Tavoitteet turvaavat demokratian edellytyksiä.
- Ehdotuksen taustalla ovat erityisesti tietoverkon alustapalvelut, kuten sosiaalisen median palvelut. Nämä globaalit sosiaalisen median palvelut ovat luoneet mahdollisuuden vaalivaikuttamiseen.
- Perinteiset eurooppalaiset tiedotusvälineet eivät ole huolia aiheuttaneet.
- Asetusehdotuksen **tulisikin keskittyä erityisesti sosiaalisen median alustapalveluiden valvontaan ja sääntelyyn**.

Sääntelyssä tulee välttää ylilyöntejä

- EU-tasoisen asetuksen riskit ovat suuria erityisesti Suomen kaltaiselle jäsenvaltiolle. Suomessa riippumattomien tiedotusvälineiden toiminta, vaalimainonnan läpinäkyvyys ja tiedotusvälineiden itsesääntely ovat korkealla tasolla.
- Vaarana on, että uusi EU-tasoinen asetus johtaa portinvartija-asemassa olevien suurten alustayhtiöiden kilpailuedun paranemiseen suhteessa suomalaisiin tiedotusvälineisiin.
- Pahimmillaan tämä voi johtaa erityisesti kotimaisten yksityisten tiedotusvälineiden, kuten paikallisten ja alueellisten lehtien, toimintaedellytysten heikentymiseen.
- EU-tasoinen asetus ei saa johtaa demokratian kulmakiven, lehdistön, heikentymiseen.
- Kotimaisille yksityisille tiedotusvälineille ei tulisi kohdistaa uusia velvoitteita.

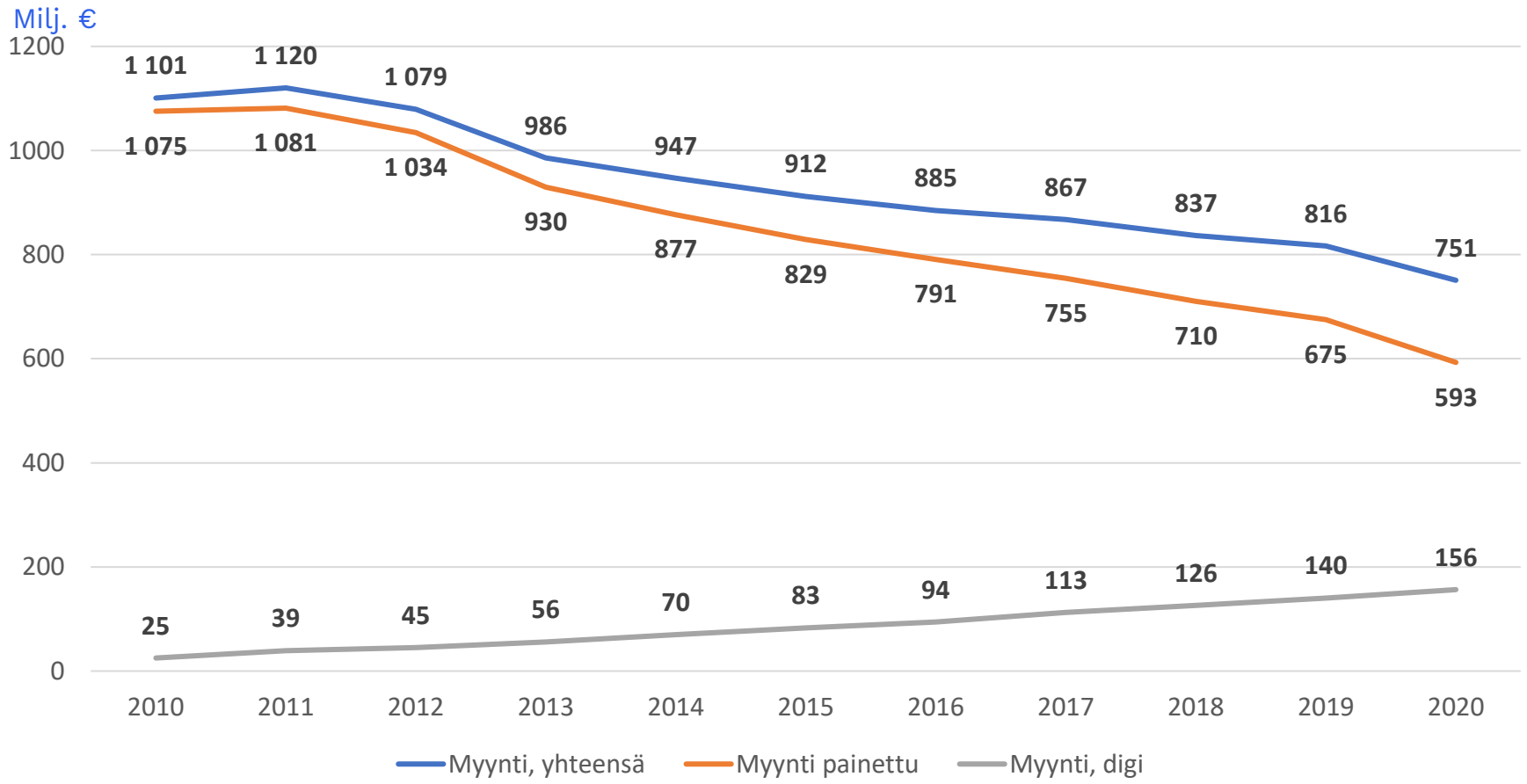
Verkkomainonnan eurot menevät alustayhtiöille



- Kansainväliset digijätit haukkasivat jo 63 % verkkomainontaan käytetyistä mainospanostuksista vuonna 2020.

Lähde: IAB Finland (luvut ovat arvioita)

Tilattavien sanomalehtien kuluttaja- ja mediamyyntitulot 2010-2020
(arvonlisäveroton nettomyynti)



2019-2020
Yhteensä – 8,1 %
Painettu – 12,2 %
Digi + 11,5 %

2020
- Digin osuus 21 %
- Painetun osuus 79 %

medialiitto

Lähde: Uutismedian liiton vuosikyselyt, journalistiseen tuotteeseen liittyvät myyntitulot

Päivitetty 25.5.2021

Poliittisen mainonnan määritelmän tulee olla selvä ja yksiselitteinen

- Ehdotuksen keskeinen määritelmä, poliittisen mainonnan määritelmä, on epäselvä.
- Päätoimittajavastuun alaisen journalistiseen itsesääntelyyn sitoutuneen tiedotusvälineen toimituksellinen sisältö tulee sulkea yksiselitteisesti poliittisen mainonnan määritelmän ulkopuolelle.
- Poliittisen mainonnan määritelmä tulisi sitoa selvästi vaalimainontaan ja poliittisten puolueiden mainontaan. Myös yhteiskunnallisia aiheita käsittelevä mainonta tulee sulkea poliittisen mainonnan määritelmän ulkopuolelle.
- Asetuksella ei saa muuttaa Suomessa vakiintunutta käytäntöä määritellä mainonta tai markkinointi.
- Valtioneuvoston kantaan tulisi lisätä selkeät kannanotot (sivu 14, 3. kappale): ***Valtioneuvosto katsoo, että poliittisen mainonnan määritelmä tulisi sitoa vaalimainontaan ja poliittisten puolueiden mainontaan. Päätoimittajavastuun alaisen journalistiseen itsesääntelyyn sitoutuneen tiedotusvälineen toimituksellisen sisältö olisi yksiselitteisesti suljettava poliittisen mainonnan määritelmän ulkopuolelle.***

medialiitto

Verkkomainonnan kohdentamisesta ja vahvistamistekniikoista tulee tarvittaessa säätää EU:n tietosuojasäännöksissä

- Poliittisen mainonnan verkkokohdentamis- ja vahvistamistekniikoiden käyttöön liittyvän sääntelyn tulisi vastata yleisen tietosuoja-asetuksen vaatimuksia. Sama koskee henkilön suostumuksen edellytyksiä.
- Ehdotuksella ei pidä luoda media-alalle lisäsääntelyä, joka menee pidemmälle kuin yleinen tietosuoja-asetus tai sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi.
- Verkkomainonnan kohdentamis- ja vahvistamistekniikoita koskeva uusi sääntely tulisi tarvittaessa ottaa mukaan EU:n sähköisen viestinnän tietosuoja-asetuksen jatkovalmistelussa. Tämä on Suomen tavoite myös digisäädöspaketeissa.
- Kysymys on yleisen tietosuoja-asetuksen noudattamisen valvonnasta. Uusia tietosuojasääntelyn instrumentteja ei tulisi luoda.
- Valtioneuvoston kantaan tulisi lisätä asiasta selvä kanta (sivu 14, 3. kappale) seuraavasti: *…Erityisen tärkeää on erilaisten vahvistamistekniikoiden ja kohdennetun mainonnan nykyistä parempi tunnistaminen.* ***Asetusehdotuksen jatkovalmistelussa tulisi varmistaa, että EU:n tietosuojasääntelyn nykyisten vaatimusten rinnalle ei luoda uusia velvoitteita. Tarvittaessa yleisen tietosuoja-asetuksen noudattamisen valvontaa tulisi kehittää turvaamaan myös asetusehdotuksen tavoitteet.***

Ehdotuksen vaikutukset sananvapauteen on selvitettävä

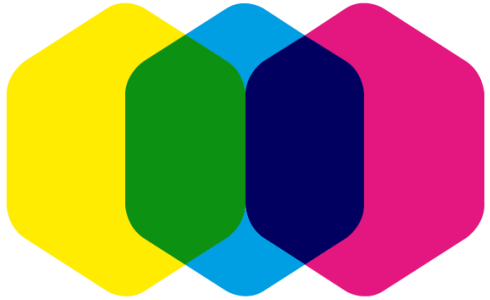
- Medialiitto kannattaa valtioneuvoston kannan mainintaa siitä, että *myös sääntelyntarkastelulautakunta kiinnitti huomiota lausunnossaan siihen, että esityksen vaikutuksia pieniin ja keskisuuriin yrityksiin ei ole riittävästi selvitetty*.
- Verkossa tapahtuvan vaalimainonnan kohdentamisen sääntelyn, läpinäkyvyysvaatimusten ja raportointivelvoitteiden vaikutukset esimerkiksi suomalaiselle paikalliselle ja alueelliselle lehdistölle sekä yleisön sananvapauteen tulee tarkoin selvittää ehdotuksen jatkovalmistelussa.
- Mahdolliset uudet läpinäkyvyysvaatimukset eivät saa heikentää tiedotusvälineiden vaalimainostilan myyntiä tai lisätä niiden kustannuksia.
- Suomessa ei ole ollut ongelmia. Media-alan raportointivelvoitteiden tulee olla mahdollisimman kevyitä.
- Mediayhtiöiden uudet raportointivelvoitteet voivat perustua vain sellaiseen vaikutusarvioon, jonka mukaan velvoitteiden vaikutus mediayhtiöiden toimintaan lisääntyneinä hallinnollisina tai resurssoinnin vaatimuksina on korkeintaan vähäinen.

Media-alan itsesääntelyä on kunnioitettava

- Suomen kannassa tulee mainonnan tunnistettavuuden osalta pyrkiä turvaamaan Journalistin ohjeiden ja Julkisen sanan neuvoston käytännön soveltaminen ilmoitusten ja toimituksellisen aineiston rajanvedossa nykyiseen tapaan.
- Tämä voisi tapahtua täydentämällä kantaa seuraavasti (sivu 15, 1. kappale) : *Esimerkiksi ehdotuksen päällekkäisyyttä media-alan itsesääntelyn kanssa voisi tarkastella neuvotteluiden kuluessa* ***ja varmistaa vakiintuneen itsesääntelyn soveltaminen mainonnan tunnistettavuuden arvioinnissa***.

Uutta asetusta ei tule soveltaa vielä kevään 2023 eduskuntavaaleihin

- Asetusehdotuksen mukaan asetus tulisi voimaan 1.4.2023. Suomessa järjestetään eduskuntavaalit 2.4.2023. Uusi sääntely tulisi Suomessa käytännössä voimaan liian nopeasti. Asetuksen voimaantulopäivä tulee siirtää myöhempään ajankohtaan.
- Asetuksen soveltaminen Suomessa vain kahden päivän vuoksi johtaisi kohtuuttomaan tilanteeseen kotimaisten tiedotusvälineiden kannalta.
- Soveltaminen kevään 2023 eduskuntavaaleihin ei olisi perusteltua muun muassa siksi, että poliittisten puolueiden ja valitsijayhdistysten tulee toimittaa ehdokaslistansa vaalipiirien vaalipiirilautakunnille jo helmikuussa 2023 ja siksi, että kevään 2023 eduskuntavaalien ennakkoäänestys tapahtuu jo maaliskuussa.
- Suomen kannassa tulisi asettaa tavoitteeksi, että asetusta ei sovelleta vielä kevään 2023 eduskuntavaaleihin seuraavasti: ***Valtioneuvosto katsoo, että asetusta ei tulisi soveltaa vielä Suomen eduskuntavaaleja 2.4.2023 edeltävään poliittiseen mainontaan. Tarvittaessa asetuksen voimaantulopäivä tulisi siirtää myöhempään ajankohtaan.***



medialiitto

Rakennamme suomalaisen media-alan menestystä.