

Asia: VN/2401/2026

## **Ehdotus kansalliseksi mediakasvatuslinjauksiksi**

### **1. Johdanto**

#### **Mahdolliset kommentit ja huomiot johdannosta:**

Ei huomioita

### **2. Mediakasvatuksen nykytila**

#### **Mahdolliset kommentit ja huomiot mediakasvatuksen nykytilasta:**

Ei lisättävää

### **3. Visio**

#### **Mahdolliset kommentit ja huomiot visiosta:**

Ei lisättävää

### **4. Tavoitteet**

#### **Mahdolliset kommentit ja huomiot tavoitteista:**

Ei lisättävää

### **5. Toimenpiteet**

#### **Mahdolliset kommentit ja huomiot toimenpiteistä:**

Ei lisättävää

### **6. Toimeenpano ja seuranta**

#### **Mahdolliset kommentit ja huomiot toimeenpanosta ja seurannasta:**

Ei lisättävää

### **7. Liitteet**

## **Mahdolliset kommentit ja huomiot liitteistä:**

Ei lisättävää

## **8. Yleiset kommentit linjausluonnoksesta**

### **Yleiset kommentit kokonaisuudesta:**

Ei lisättävää

## **9. Muita mahdollisia terveisiä valmistelijoille**

### **Muita mahdollisia terveisiä:**

KKV on kuluttajansuojaa valvova viranomainen ja olemme kuluttaja-asiamiehen linjauksessa "Markkinointi ja kaupallisuus kouluissa, oppilaitoksissa ja varhaiskasvatuksessa" ottaneet kantaa mainontaan ja vaikuttami-seen opetuksen ja kasvatuksen yhteydessä. Lähtökohtana on, että kuluttajansuojalain 2 luvun perusteella lapsiin kohdistuvaa markkinointia arvioidaan keskimääräistä tiukemmin, koska lapset ovat tietojensa ja elämäkokemuksensa rajoittuneisuuden vuoksi tavallista alttiimpia markkinoinnin vaikutuksille. Kuluttajansuojalaki on velvoittavaa lainsäädäntöä ja se on siten huomioitava yritysten toiminnassa.

Mediakasvatuksessa on tärkeää ja kannatettavaa eri toimijoiden välinen yhteistyö ja sen merkitys korostuu, kun yhteiskunnan resurssit ovat niukat. Yksityisellä sektorilla on keskeinen rooli kansallisten mediakasvatuslinjausten toimeenpanossa.

Linjauksissa olisi hyvä tuoda esiin laadukkaan mediakasvatustoiminnan periaatteet ja samalla auttaa yksityisen sektorien toimijoita toteuttamaan yritysvastuutaan asianmukaisella tavalla.

Myös perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet edellyttävät, ettei opetusta ja kasvatusta käytetä kaupallisiin tarkoituksiin. Kun eri toimijat laativat mediakasvatukseen toimintaa tai sisältöä on ensisijaisen tärkeää varmistaa, että nämä kasvatustarvikkeet eivät sisällä kaupallista vaikuttamista, ei suoraa eikä epäsuoraa. Opetuskäyttöön tarkoitettulla mediakasvatuksen sisällöllä tarkoitetaan esimerkiksi sovelluksia, pelejä videoita, verkkoluentoja tai tapahtumia.

Kuluttaja-asiamiehen linjauksessa mainittuja esimerkkejä kaupallisen aineiston ja oppimateriaalin lainvastaisesta yhdistämisestä ovat muun muassa oppimateriaalien mainokset, sovellusten mainokset, opetukseen tarkoitetuissa videoissa näkyvät yrityksen tuotteet. On erityisen tärkeää, että opetuskäyttöön tarkoitettut materiaalit eivät sisällä viittauksia kaupallisiin tuotteisiin tai palveluihin, erityisesti jos niistä on olemassa myös kuluttajille suunnattuja versioita.

Lisäksi on huomioitava, että monet yritykset tuottavat informatiivista aineistoa, joka ei ole suunniteltu opetuskäyttöön. Oppimateriaaleiksi ei tule kutsua tällaisia aineistoja, jotta ne eivät sekoittuisi varsinaiseen opetuskäyttöön tarkoitettuun aineistoon. On tärkeää, että eri tarkoituksiin suunnitellut aineis-tot pidetään erillään, jotta niiden luonne ja käyttötarkoitus pysyvät selkeinä.

Mikäli yritys tarjoaa informatiivista aineistoa opetus- ja kasvatuskäyttöön, aineiston on oltava täysin vapaa viittauksista yrityksen tuotteisiin. Mainonnan on oltava helposti tunnistettavissa, eikä se saa hämärtyä opetussisältöjen joukkoon. Materiaalissa voi olla yrityksen logo, mutta se ei saa antaa harhaanjohtavaa kuvaa siitä, että jokin virallinen taho olisi hyväksynyt sen käytön opetuksessa.

Mäntylä Taina  
Kilpailu- ja kuluttajavirasto