

Asia: VN/19048/2024

Hallituksen esitys eduskunnalle EU:n poliittisen mainonnan avoimuutta ja kohdentamista koskevaa asetusta täydentäväksi lainsäädännöksi

Lausunnonantajan lausunto

Voitte kirjoittaa lausuntonne alla olevaan tekstikenttään

MTV kiittää mahdollisuudesta lausua asiasta ja samalla kiitämme EU-tason aloitetta demokratian ja läpinäkyvyyden vahvistamiseksi. Samaan aikaan on huomioitava, että hallinnolliset velvoitteet ja sitä myöten riskit julkaisijoille lisääntyvät merkittävästi. Lainsäädännön jatkovalmistelussa pitää varmistua siitä, ettei tiedonvälitys ja sitä kautta myös osallistuminen demokratiaan kärsi ja että legitiimit ehdokkaat voivat jatkossakin mainostaa, myös ns. ruohonjuuritasolla.

Säätelyn pääpainon tulee olla verkkoalustojen ja verkon sisältöpalvelujen valvonnassa, ei päätoimittajavastuulla toimivien tiedotusvälineiden, jotka toteuttavat jo myös vahvaa itsesääntelyä asiassa ja joilla on myös kaikesta mainostoiminnastaan lakiin pohjautuva päätoimittajan ja julkaisijan vastuu.

Muutamia konkreettisia huomioita:

1) Mainonnan maksajan merkitsemisestä huolehtiminen on sisällytetty poliittisen mainonnan asetuksen 11–12 artiklassa poliittisen mainonnan julkaisijalle, eikä rahoittajalle, joka poliittisen mainonnan asetuksen 3 artiklan 10 kohdan määritelmän mukaan voisi esimerkiksi olla vaalirahoituslaissa tarkoitettu ehdokas, ehdokkaan tukiryhmä tai muu yksinomaan ehdokkaan tukemiseksi toimiva yhteisö. Tältä osin kansallinen sääntely poikkeaa mainitun asetuksen sääntelystä.

Poliittisen mainonnan asetuksen 7 artikla kuitenkin myös velvoittaa rahoittajaa antamaan tarvittavat tiedot poliittisen mainonnan julkaisijalle, jotta tämä voi huolehtia velvoitteiden täyttymisestä. Käytännössä vaalirahoituslain ja puoluelain säännökset edellyttävät myös, että ehdokkaat,

ehdokkaiden tukiryhmät, muut yksinomaan ehdokkaiden tukemiseksi toimivat yhteisöt, puolueet tai puolueyhteisöt antavat poliittisen mainonnan julkaisijalle tarvittavan maksajatiedon, jotta säännösten tavoite voi toteutua.

2) Seuraamusmaksusta: Kuluttajansuojan Omnibus-direktiivin implementointiin liittyvässä hallituksen esityksessä (HE 54/2019, kohta 4.5) on alla oleva kirjaus:

”Jatkossakin kuluttaja-asiamiehellä olisi myös näissä asioissa ensisijaisesti neuvotteluvelvollisuus ennen kuin seuraamusmaksua voitaisiin vaatia määrättäväksi. Tarkoituksena on, että erityisesti ennakkoratkaisuluonteisissa asioissa käytettäisiin jatkossakin markkinaoikeudellista kieltoprosessia. Seuraamusmaksu ei tulisi tämän tyyppisissä asioissa yleensä kyseeseen jo sen johdosta, että elinkeinonharjoittajan tahallisuus tai huolimattomuus puuttuu.”

Tähän suuntaan toivomme kehitettävän myös tämän hallituksen esityksen muotoilua seuraamusmaksusta. Seuraamusmaksun tulee olla viimesijainen keino kaikkein vakavimmissa rikkomustilanteissa, ensisijaisena on pidettävä ohjausta ja neuvottelua.

Hyvä esimerkki seuraamusmaksun haasteesta on se, että 12 art 3 kohdassa säädetään, että avoimuusilmoitus on pidettävä ajan tasalla koko mainoksen näyttämisen ajan. Tämä on sanktioitu seuraamusmaksulla. ”Pitää ajan tasalla” on kuitenkin tulkinnanvarainen kriteeri. Esimerkiksi: miten nopeasti tiedot pitää päivittää jos ne muuttuvat? Tulkinnanvaraisuutta olisi sääntelystä poistettava ja vastaavasti seuraamusmaksun on oltava vasta viimesijainen toimenpide.

3) 15 artiklan mukaisten ilmoitusmekanismien osalta hallituksen esityksessä voisi olla hyvä selventää, että ilmoittamista varten ei tarvitse luoda erityistä pelkästään tähän tarkoitukseen varattua mekanismia, jos edellytykset täyttävä yhteydenottotapa on jo saatavilla.

EU:ssa on menossa useita hyviä aloitteita journalistisen median aseman turvaamiseksi. Kannatamme tietysti niitä, mutta muistutamme, että on myös tärkeää varmistua siitä, ettei muulla lainsäädännöllä (kuten tällä) heikennetä riippumattoman ja puolueettoman journalistisen median olemassaolon edellytyksiä. Siksi olisikin hyvä käydä sääntely läpi vielä myös siitä näkökulmasta, että sääntely kohdistuu sinne, missä myös ongelmat ovat, eli käytännössä kansainvälisiin some-jätteihin. Nyt ilmeisenä vaarana on, että somejätit pystyvät sääntelyä kiertämään ja kotimaiselle journalistiselle medialle nämä ovat merkittävä lisävelvoite.

Aherto Suvi
MTV Oy