

Jakelun mukaan

## MAINOSKATKOT JA SPONSORITUNNISTEET KAUPALLISILLA RADIOKANAVILLA

### Asian tausta

Viestintäviraston tutkimus vuodelta 2009 toimiluvanvaraisten radioiden sisällöstä on valmistunut. Toimilupaehtojen ohella tutkimuksessa on kuvattu sitä, miten radiomainokset on erotettu muusta ohjelmistosta ja miten ne ovat tunnistettavissa mainoksiksi. Tutkimus on kokonaisuudessaan tämän kirjeen liitteenä.

Tutkimustuloksista ilmenee, että toimijoilla on ollut käytössään ohjelmien tunnuksia, promootiospotteja ja sponsoritunnisteita, jotka täyttävät mainoksen tunnusmerkit. Mainosmaisiksi luokiteltavia promootiospotteja on sijoitettu keskelle toimituksellista ohjelmistoa. Lisäksi tutkimustuloksista ilmenee, että katkotunnusten käyttö on ollut osin puutteellista. Toimituksellisesta aineistosta on siirrytty suoraan mainoksiin tai päinvastoin. Esimerkiksi heti toimitetun aineiston perään on sijoitettu oman oheisliiketoiminnan mainoksia, on siirrytty suoraan ohjelman sponsorin mainokseen tai katkotunnukseksi on käytetty mainosmaiseksi luokiteltavaa sponsoritunnistetta.

### Katkotunnusten käyttö

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 21 §:n 1 momentin mukaan televisio- ja radiomainokset on voitava tunnistaa mainoksiksi ja teleostoslähetykset teleostoslähetyksiksi. Ne on erotettava muusta ohjelmistosta kuva- tai äänitunnuksella. Laki ei tarkemmin määrittele tunnuksen sisältöä.

Viestintävirasto katsoo, että katkotunnuksessa tulee olla jokin yhtenäinen, samanlaisena toistuva äänielementti. Lähtökohta on, että kuulija erottaa mainokset muusta ohjelmistosta. Tunnuksessa ei tule olla mainoksissa tai ohjelmissa esiintyviä elementtejä. Myös oman oheisliiketoiminnan mainokset, kuten kanavan omien kokoelmalevyjen tai nimikkoristeilyjen esittely, on erotettava toimituksellisesta aineistosta katkotunnuksin.

## Sponsoritunnisteiden käyttö

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 26 §:n 2 momentin mukaan sponsoroitujen televisio- ja radio-ohjelmien alussa tai lopussa on esitettävä selvästi sponsorin nimi tai tunnus.

Korkeimman hallinto-oikeuden 13.6.2003 antamassa ratkaisussa (KHO:2003:32) mainitaan, että sponsorin nimen tai logon mainitseminen televisio- ja radio-ohjelman yhteydessä on ensisijaisesti velvollisuus, jolla pyritään mahdollistamaan sponsoroidun ohjelman erottaminen muista ohjelmista. Tarkoituksena on siten informoida ohjelman katsojaa tai kuuntelijaa siitä, että ohjelma on sponsoroitu. Vaikka sponsorin nimen tai logon mainitsemisella pyritään myös mainonnalliseen päämäärään, on sponsorointia koskevia säännöksiä tulkittava Korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisun mukaan siten, ettei erottelu mainonnan ja sponsoroinnin välillä häviä.

Korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisussa on todettu, että lain säännökset eivät sellaisenaan estä sitä, että sponsoritunnisteessa esiintyy sponsorin tuote. Tunnisteen lainmukaisuuden arvioinnissa on siten otettava huomioon tuotteen esittämistapa ja muutoinkin tunniste kokonaisuutena, jotta voidaan ratkaista, onko kysymys sponsoritunnisteen ohella mainonnasta. Korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisun mukaan olennaisia mainonnallisia elementtejä sisältävä sponsoritunniste on tunnisteen ohella erikseen mainontaa. Tunnisteen mainonnallisia elementtejä arvioitaessa on kiinnitettävä huomiota mm. tuotteen esittämistapaan, kuten viittaukseen käyttötarkoituksesta ja tunnisteen kokonaisuuteen.

Viestintävirasto on antanut tulkintalinjauksen sponsoritunnisteiden käytöstä televisio-toiminnassa (Dnro 36/9220/2005). Samoja periaatteita tulee Viestintäviraston näkemyksen mukaan noudattaa myös radio-ohjelmien sponsoroinnissa.

Sponsoritunnisteita voidaan arvioida mainoksina, mikäli ne sisältävät joitakin alla luetelluista elementeistä:

- kohtausta sponsorin mainoksesta tai muu suora viittaus sponsorin muuhun mainontaan, esim. kehoitus osallistua kilpailuun;
- muussa markkinoinnissa käytetyt yksittäisten kampanjoiden iskulauseet (tässä ei tarkoiteta tuotemerkin identiteettiin vahvasti liittyviä, vakiintuneita iskulauseita);
- mainosmaisuutta ilmentävä musiikki tai äänitehosteet;
- sponsorin tuotteiden tai tuotemerkin laatua tai tehokkuutta osoittavat viittaukset. Laatusanojen yhdistämistä sponsorin tuotteisiin tulkitaan laajasti. Tunniste saattaa muodostua mainosmaiseksi ellei ole ilmeistä, että käytettyä laatusanaa ei voi yhdistää sponsoriin tai sen tuotteisiin;
- viittaukset tuotteen ominaisuuksiin, käyttöön tai käyttöyhteyteen;
- tarinan tai tapahtumien kuvaaminen

Mikäli sponsoritunniste sisältää joitakin edellä lueteltuja elementtejä, on tunnistetta lähtökohtaisesti pidettävä radiomainoksena, joka tulee erottaa muusta ohjelmistosta katkotunnuksella. Lisäksi mainosmainen sponsoritunniste lasketaan mukaan kanavan mainosaikaan, jonka enimmäismäärää on televisio- ja radiotoiminnasta annetussa laissa rajoitettu.

Viestintävirasto kehottaa kaikkia radiotoiminnan harjoittajia huolehtimaan toiminnassaan siitä, että radiomainonta on jatkossa erotettu muusta ohjelmistosta lainsäädännön edellyttämällä tavalla. Radiomainonnaksi

katsotaan myös sponsoritunniste, jonka sisältö on katsottava mainosmaiseksi.

Viestintävirasto seuraa mainonnan erottamista ja sponsoritunnisteiden sisältöä radiotoiminnassa ja puuttuu jatkossa puutteisiin radiomainonnan erottamisessa tapauskohtaisesti radiotoiminnan harjoittajille annettavalla päätöksellä.

Apulaisjohtaja

Merja Saari

Lakimies

Hanna Heiskanen

Jakelu

Valtioneuvoston myöntämän toimiluvan haltijat

Tiedoksi

Liikenne- ja viestintäministeriö  
Suomen Radioiden Liitto

Liitteet

Kaupallisten radioiden sisältötutkimus 2009