

Radio Voima
PL 80
15101 Lahti

VIESTINTÄVIRASTON PÄÄTÖS RADIO-OHJELMISTOSTA

Asian tausta

Viestintävirasto on teettänyt tutkimuksen toimiluvanvaraisten radioiden sisällöstä. Tutkimuksessa on kerätty tietoa ohjelmistojen sisällöstä yhden tutkimuspäivän aikana. Ohjelmistojen sisältöä on kuvattu toimiluvassa ohjelmiston sisällölle asetettujen vaatimusten pohjalta. Lisäksi tutkimuksessa on selvitetty televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/1998) mainonnan määrää ja erottamista koskevien säännösten huomioimista tutkimuksen otospäivänä. Tutkimusotantaan on valikoitunut muun muassa Esan Kirjapaino Oy:lle myönnetty toimilupa, jonka nojalla yhtiö harjoittaa paikallista radiotoimintaa kanavallaan "Radio Voima".

Säännökset

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain (744/1998) 7 §:n 1 momentissa säädetään oikeudesta televisio- ja radiotoiminnan harjoittamiseen seuraavaa:

"Televisio- tai radiotoiminnan harjoittamiseen viestintämarkkinalain 2 §:ssä tarkoitetussa maanpäällisessä joukkoviestintäverkossa on muissa kuin 2 ja 3 momentissa tarkoitetuissa tapauksissa haettava valtioneuvostolta toimilupa (ohjelmistolupa)."

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 21 §:n 1 momentin kaupallisen viestinnän yleisten periaatteiden mukaan kaupallisen viestinnän on oltava selkeästi tunnistettavaa.

Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 30 §:n 1 momentin mukaan radiomainokset on erotettava muusta ohjelmistosta äänitunnuksella tai muulla selkeällä tavalla. Laki ei tarkemmin määrittele tunnuksen sisältöä.

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.

Viestintävirasto valvoo televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 35 §:n nojalla kyseisen lain ja sen nojalla annettujen säännösten ja määräysten noudattamista, jollei valvonta kuulu kuluttaja-asiamiehen toimivaltaan. Säännöksen nojalla Viestintävirasto valvoo muun muassa radiotoiminnan harjoittamiseen myönnettyjen toimilupien ehtojen noudattamista.

Viestintäviraston kannanotto mainoskatkoista ja sponsoritunnisteista kaupallisilla radiokanavilla

Viestintävirasto on julkaissut kannanoton mainoskatkoista ja sponsoritunnisteista kaupallisilla radiokanavilla (Dnro 2017/9220/2009).

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.

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 joi-takin 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.

Mainonnan erottamista ja sponsoritunnisteiden sisältöä radiotoiminnassa on arvioitu tutkimuksessa yllä lueteltuja, Viestintäviraston kannanotosta ilmeneviä periaatteita noudattaen.

Tutkimuksessa havaitut poikkeamat

Tutkimuksessa on 5.5.2010 kello 6.00 - 18.00 tallennetussa näytteessä havaittu seuraavia poikkeamia, jotka koskevat Radio Voiman lähetyksen mainosten tunnistettavuutta ja erottamista muusta ohjelmistosta:

Lähetyssä siirryttiin 26 kertaa suoraan toimituksellisesta aineistosta mainoksiin tai toisin päin tai mainosmainen spotti esiintyi keskellä toimituksellista aineistoa.

Edellä mainituista 26 tapauksesta 21:ssä siirryttiin mainoksista toimitukselliseen aineistoon Aamujobbarit -ohjelman sponsoritunnuksen kautta. Ohjelmaa sponsoroivat VMP ja lähetyksessä soineet kaksi erilaista sponsoritunnusta sisälsivät mainosmaisia elementtejä, sillä niissä kehoitettiin osallistumaan kilpailuun, jossa voi voittaa sponsorin kustantaman palkinnon. Viidessä tapauksessa 26:sta mainos sijaitti keskellä toimituksellista aineistoa: Aikamerkki kuultiin noin klo 8.00, klo 12.00 ja klo 16.00 (klo 07:59:56, klo 11:59:56 ja klo 15:59:55) ja sen sponsorina toimi Launeen Musta Pörssi. Sponsoroidut aikamerkit tulkittiin mainoksiksi, sillä ne sisälsivät muun muassa kehoituksia tulla ostoksille Launeen Mustaan Pörssiin. Ennen kymmentä aamulla (klo 09:51:28) toimituksellisesta aineistosta siirryttiin suoraan mainoksiin Selected-vaatekaupan mainospotin kautta ja hiukan ennen viittä iltapäivällä (klo 16:48:18) kuultiin toimituksellisen aineiston keskellä Radio Voiman ja Iskelmä Lahden radiomainoksia myyvä spotti.

Radio Voiman lähetyssä sisältyneitä sääohjelmia sponsoroivat Kiveriön Auto-osa, Salpausselän keittiökalustetukku, Foto Riihelä, Lahden Autolasikeskus ja Foto-Halme. Sponsoritunnukset sisälsivät mainosmaisia elementtejä, kuten tietoja sponsorin tuotteista ja palveluista sekä sponsorin tuotteiden laatua kuvaavia ilmauksia, minkä vuoksi ne tulkittiin tässä tutkimuksessa mainoksiksi. Sääohjelman sponsorin mainos kuultiin siis lähetyssä toimituksellisen aineiston keskellä yhteensä 23 kertaa.

Radio Voiman lähetyssä siirryttiin mainoksista toimitukselliseen aineistoon 6 kertaa kanavan oman promootiospotin kautta (klo 06:53:20, klo 10:10:25, klo 14:35:56, klo 15:09:37, klo 16:37:36 ja klo 17:36:36).

Esan Kirjapaino Oy:n kuuleminen

Viestintävirasto pyysi Esan Kirjapaino Oy:ltä selvitystä siitä, miten toimilupiin liittyvät määräykset sekä televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain mainonnan erottamista ja sponsorointia koskevat säännökset on otettu

huomioon Esan Kirjapaino Oy:n harjoittamassa radiotoiminnassa. Lisäksi Esan Kirjapaino Oy:ltä pyydettiin selvitystä erityisesti Radio Voiman lähetyksissä havaituista poikkeamista suhteessa toimilupiin liittyviin määräyksiin. Selvitystä pyydettiin erityisesti:

1. Lähetysten mainosten tunnistettavuudesta ja erottamisesta muusta ohjelmistosta ottaen huomioon televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain säädökset 21 §:n 1 mom. (kaupallisen viestinnän tunnistettavuus), 30 §:n 1 mom. (radiomainosten erotettavuus) ja 26 §:n mom. (sponsoroinnin tunnistettavuus): miten Esan Kirjapaino Oy:n mukaan tutkimuksen lähetysnäyte kuvastaa ohjelmiston sisältöä yleisesti?
2. Mahdollisista toimenpiteistä, joihin Esan Kirjapaino Oy aikoo ryhtyä tutkimuksen tuloksen johdosta.

Viestintävirasto vastaanotti Esan Kirjapaino Oy:n 9.12.2010 päivätyn selvityksen asiassa.

Selvityksessään Esan Kirjapaino Oy toteaa 1. kysymyksen osalta, että Esan Kirjapaino Oy ei kiistä toukokuussa 2010 tehdyn sisältötutkimuksen havaitsemia epäkohtia, koskien Radio Voiman ohjelmassa esiintyneitä sponsoritunnisteita. Esan Kirjapaino Oy on omasta mielestään toiminut lain suomien mahdollisuuksien mukaisesti. Osin selvityksessä olleet epä-tarkkuudet ovat johtuneet heidän huolimattomuudestaan. Lisäksi selvityksessä todetaan, että kyseisen päivän näytteissä olleet epäkohdat eivät ole olleet heidän tapansa toimia. Selvityksessä todetaan edelleen, että Esan Kirjapaino Oy:n mielestä on vain sattunut inhimillisiä virheitä, jotka on jo korjattu. Radio Voimalla on käytössä kirjalliset ohjeet kaikille juontajille sekä toimittajille siitä, kuinka sisältö tulee erotella muusta kaupallisesta viestinnästä. Tätä mallia Radio Voima tulee myös jatkossa noudattamaan.

Selvityksessään Esan Kirjapaino Oy toteaa 2. kysymyksen osalta, että Radio Voima on uudistanut sää - ja mahdolliset muut tulevat sponsoroidut ohjelmat televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain säädöksen 21§:n 1 momentin ja 30§ 1 momentin mukaisiksi. Esan Kirjapaino Oy toteaa selvityksessään vielä lopuksi, että jatkossa ei pääse tapahtumaan kuvaturkaltaisia erehdyksiä.

Viestintäviraston ratkaisu ja perustelut

Viestintävirasto katsoo Esan Kirjapaino Oy:n rikkoneen

1. Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 21 §:n 1 ja 30 §:n 1 momenttia, koska 5.5.2010 tallennetussa lähetysnäytteessä siirryttiin 26 kertaa suoraan toimituksellisesta aineistosta mainoksiin tai toisin päin tai mainosmainen spotti esiintyi keskellä toimituksellista aineistoa.
2. Televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain 26 §:n 2 momenttia sisällyttämällä sponsoritunnisteisiin mainosmaisia elementtejä.

Viestintävirasto kehottaa Esan Kirjapaino Oy:tä huolehtimaan jatkossa siitä, että Radio Voiman lähetysten on oltava televisio- ja radiotoiminnasta annettujen lainkohtien 21 §:n 1 momentin (kaupallinen viestintä), 30 §:n 1 momentin (radiomainoksien erotettavuus) sekä 26 §:n 2 momentin (sponsoroinnin tunnistettavuus) mukaisia.

Koska Esan Kirjapaino Oy on antamassaan selvityksessä ilmoittanut käynnistäneensä asiassa omat toimenpiteensä, ei Viestintävirasto ole katsonut aiheelliseksi selvittää lähetysten lainmukaisuutta erikseen viikkotasolla.

Viestintävirasto katsoo, ettei asia tällä hetkellä anna aihetta muihin toimenpiteisiin. Viestintävirasto seuraa myös jatkossa säännöllisesti kaupalliseen radiotoimintaa myönnettyjen toimilupien ehtojen noudattamista.

Muutoksenhaku

Tähän päätökseen voi hakea muutosta Kouvolan hallinto-oikeudelta siten kuin hallintolainkäyttölaissa (586/1996) säädetään. Valitusosoitus on päätöksen liitteenä.

Apulaisjohtaja

Merja Saari

Lakimiesharjoittelija

Mikko Hanni

Liitteet

Valitusosoitus Kouvolan hallinto-oikeuteen.