



Sosiaali- ja terveysministeriö
kirjaamo.stm@stm.fi

cc: ismo.tuominen@stm.fi

Helsinki 18.8.2006

Lausunto alkoholilain muuttamista koskevasta hallituksen esitysluonnoksesta

Viite: Lausuntopyyntö 11.7.2006, STM/2006

Viestinnän Keskusliitto kiittää mahdollisuudesta lausua otsikossa mainitusta hallituksen esitysluonnoksesta sekä lausunnon antamista varten saamastaan lisäajasta. Näkemyksensä keskusliitto esittää asiasta seuraavaa:

Pääviestit

1. Viestinnän Keskusliitto vastustaa mietojen alkoholijuomien televisiomainonnan rajoittamista klo 7-21 välillä. Kyseessä on sananvapauden rajoitus, joka ei ole tarpeellinen eikä oikeassa suhteessa tavoiteltuun päämäärään nähden.
2. Alkoholien kulutuksen kasvun ja mainonnan välillä ei ole suoraa korrelaatiota. Mainonnan rajoittaminen ei ole tuloksellista alkoholipolitiikkaa. Liiallista alkoholin kulutusta voidaan ehkäistä tehokkaammin muilla keinoilla kuin mainontaa rajoittamalla.
3. Suomalaiset televisioyhtiöt ovat ilmoittaneet toteuttavansa itsesääntelyn keinoin esitysluonnoksessa ehdotetun mainoskiellon. Tarvetta lainmuutokselle ei siis tältä osin ole olemassa. Turhaa sääntelyä on hyvän lainsäädäntötavan mukaisesti vältettävä ja näin ollen mainontakielto poistettava lopullisesta esityksestä.

Mainontakielto rajoittaa perusteetta sananvapautta

Sosiaali- ja terveysministeriön laatimassa hallituksen esitysluonnoksessa ehdotetaan muiden toimenpiteiden ohella mietojen alkoholijuomien mainonnan kieltämistä klo 7-21 välisenä aikana televisiossa. Tavoitteena on ehkäistä lasten ja nuorten alkoholinkäyttöä ja siitä aiheutuvia haittoja.

Mainosten lähetyksielto tarkoittaa käytännössä Suomen perustuslain 12 §:n turvaaman sananvapauden rajoittamista. Sananvapaus takaa jokaiselle oikeuden ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja viestejä kenenkään ennakolta estämättä. Muiden viestien ohella mainosviestit kuuluvat sananvapauden piiriin.

Sananvapauden suoja on taattu myös Suomea velvoittavan Euroopan ihmisoikeussopimuksen 10 artiklassa. Säännöksen mukaan jokaisella on sananvapaus, joka sisältää vapauden pitää mielipiteitä sekä vastaanottaa ja levittää tietoja ja ajatuksia viranomaisten siihen puuttumatta.

Sananvapautta on mahdollista rajoittaa määrätyillä edellytyksillä. Euroopan ihmisoikeussopimuksen mukaan rajoittaminen on mahdollista mm. terveyden suojelemiseksi. Ehdottomana edellytyksenä on lisäksi kuitenkin, että rajoittaminen on välttämätöntä demokraattisessa yhteiskunnassa.

Suomen lain mukaisia perusoikeuksia on mahdollista rajoittaa perustuslakivaliokunnan linjaamien yleisten rajoitusedellytysten täytyessä. Tällainen edellytys on mm. suhteellisuuden vaatimus, jota valiokunta on luonnehtinut seuraavasti:

”Rajoitusten on oltava välttämättömiä hyväksyttävän tarkoituksen saavuttamiseksi. Jokin perusoikeuden rajoitus on sallittu ainoastaan, jos tavoite ei ole saavutettavissa perusoikeuteen vähemmän puuttuvin keinoin. Rajoitus ei saa mennä pidemmälle, kuin on perusteltua ottaen huomioon rajoituksen taustalla olevan yhteiskunnallisen intressin painavuus suhteessa rajoitettavaan oikeushyvään.” (PeVM 25/1994)

Lasten ja nuorten suojeleminen alkoholihaitoilta on kansanterveyden kannalta tärkeä asia. Alkoholihaittojen vähentämisessä tehokkaimpia keinoja ovat kuitenkin sosiaali- ja terveysministeriön oman julkaisun¹ mukaan alkoholin saatavuuden sääntely, verotus ja rattijuopumuksen ehkäisyyn liittyvät toimenpiteet. Mainontakieltojen ja mainonnan sisällön rajoitusten vaikutukset ovat sen sijaan vähäisiä. Näin ollen voidaan kiistattomasti todeta, etteivät mainonnan rajoitukset ole välttämättömiä demokraattisessa yhteiskunnassa eivätkä täytä suhteellisuusperiaatteen edellytyksiä. Lakiesityksen tavoitteet ovat paremmin saavutettavissa muilla keinoin kuin alkoholimainontaa rajoittamalla.

Sananvapauden kuuluu olennaisena osana myös viestien vastaanottamisen vapaus. Television katsojilla on oltava mahdollisuus saada tietoa markkinoilla laillisesti

¹ Alkoholipolitiikan kuluttajaopas. Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2004:6.

olevista miedoista alkoholijuomista. Rajoittamalla mainontaa loukataan tätä vastaanottamisen vapautta. Koska alkoholijuomia saa valmistaa ja myydä yli 18-vuotiaille henkilöille, niitä on saatava myös mainostaa.

Sananvapauden rajoittamisen edellytykset eivät esitysluonnoksessa täyty. Tästä syystä alkoholimainonnan rajoittamista koskeva alkoholilain 33 §:n muutosesitys on poistettava lopullisesta esityksestä.

Mainontaa koskevat tavoitteet saavutetaan itsesääntelyllä

Kaupalliset televisioyhtiöt ovat esittäneet sosiaali- ja terveysministeriölle, että alkoholimainonnan esitysrajoitukset toteutetaan itsesääntelyn avulla. Yhtiöt ovat valmiit valvomaan mainosten sijoittelua 1.1.2007 lähtien siten, ettei alkoholimainontaa esitetä kanavilla klo 7-21 välisenä aikana.

Televisioyhtiöt ovat niin ikään ilmoittaneet olevansa valmiit siihen, että tarvittaessa perustetaan erityinen valvontaelin toteuttamaan itsesääntelyn valvontaa.

esitysluonnoksen mainontakieltoa ei siten ole tarpeellista sisällyttää alkoholilain muutosesitykseen. Tavoite saavutetaan itsesääntelyn avulla. Mielestämme hyvään lainsäädäntötapaan kuuluu se, ettei raskasta lainsäädäntökoneistoa käytetä tarpeettomien säännösten antamiseen.

Itsesääntely on julkista sääntelyä joustavampi ja kustannuksiltaan tehokkaampi tapa saavuttaa hyväksyttävänä pidettyjä yhteiskunnallisia tavoitteita. Mielestämme valtiovallan tulisi kannustaa ja tukea itsesääntelyä hyväksyttävänä vaihtoehtona jäykälle julkiselle sääntelylle.

Mainonnan ja alkoholin kulutuksen kasvun välillä ei ole suoraa yhteyttä

Mainonnan kieltämisen perustelemiseksi esitysluonnoksessa on viitattu joihinkin lähinnä ulkomaisiin tutkimuksiin mainonnan vaikutuksista alkoholin käyttöön. Mielestämme ulkomaisten tutkimusten tulokset eivät ole suoraan sovellettavissa Suomeen, koska eri maissa on suuria eroja niin alkoholimarkkinoissa, mediamainonnan toteutustavoissa ja sääntelyssä kuin alkoholin käyttökulttuureissakin.

Suomessa on joka tapauksessa selvää, etteivät alkoholimainonta ja alkoholin kulutus ole suorassa riippuvuussuhteessa toisiinsa. Tätä osoittaa mm. se, että väkevien alkoholijuomien kulutus on kasvanut, vaikka niitä ei mainosteta lainkaan. Mietojen alkoholijuomien kulutus puolestaan on lisääntynyt, vaikka niiden mainonta on vähentynyt.

Koska mainonnan ja kulutuksen määrän välillä ei ole korrelaatiota, mainonnan kieltäminen ei ole tehokas keino kulutuksen vähentämiseen. Näin ollen kaavailusta mainonnan rajoittamisesta tulee luopua.

Viestinnän Keskusliitto ry

Håkan Gabrielsson
toimitusjohtaja

Viestinnän Keskusliitto on joukkoviestintäalan ja graafisen teollisuuden kattojärjestö, joka edistää toimialan yleisiä toimintaedellytyksiä tavoitteenaan turvata monipuoliset joukkoviestintäpalvelut suomalaisille. Viestinnän Keskusliitto edustaa noin 800 yritystä, jotka työllistävät noin 35 000 henkilöä. Edustettujen yritysten osuus joukkoviestintämarkkinoista on noin 80 %. Keskusliiton jäseniä ovat Aikakauslehtien Liitto, Graafinen Teollisuus, Sanomalehtien Liitto, Suomen Kustannusyhdistys, Suomen Radioiden Liitto sekä Suomen Televisioiden Liitto.

Lisätietoja lausuntoon liittyen antavat tarvittaessa:

Håkan Gabrielsson
Toimitusjohtaja
hakan.gabrielsson@vkl.fi
puhelin 2287 7304
GSM 050 - 558 1048

Satu Kangas
johtaja, lakiasiat
satu.kangas@vkl.fi
puhelin 2287 7305
GSM 050 – 433 7250