

Svar

forsætisráðherra við fyrirspurn frá Birni Leví Gunnarssyni um auglýsingar á samfélagsmiðlum.

1. Hvaða útgjöld hafa ráðuneytið og stofnanir sem undir það heyra haft ár hvert frá árinu 2015 vegna auglýsinga eða kostaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum, svo sem á Facebook, Instagram, YouTube og Twitter?

Ráðuneytið og stofnanir sem undir það heyra hafa keypt auglýsingar eða kostaðar dreifingar á Facebook sem hér segir á tímabilinu 2013–2018. Aðrir samfélagsmiðlar hafa ekki fengið greiðslur á tímabilinu.

	2018	2017	2016	2015
Forsætisráðuneytið	6.454	–	–	–
Umboðsmaður barna	10.477	6.000	–	–
Hagstofa Íslands	144.333	–	–	–
Jafnréttisstofa	194.060	77.741	38.826	31.436
Ríkislögmaður	–	–	–	–
Óbyggðanefnd	–	–	–	–
Seðlabanki Íslands	–	–	–	–

2. Hvaða stefnu hefur ráðherra að því er snertir auglýsingakaup á samfélagsmiðlum?

Af hálfu ráðherra hefur ekki verið mótuð stefna um auglýsingakaup ráðuneytisins á samfélagsmiðlum.

3. Hvernig telur ráðherra það að kaupa auglýsingar eða kostaða dreifingu á erlendum samfélagsmiðlum samræmast stefnu ríkisstjórnarinnar um að efla íslenska fjölmiðla?

Markmið ríkisstjórnarinnar um eflingu fjölmiðla tekur til starfsumhverfis fjölmiðla í víðu samhengi, sbr. skýrslu mennta- og menningarmálaráðuneytisins um rekstrarumhverfi fjölmiðla frá árinu 2018 og drög að frumvarpi mennta- og menningarmálaráðherra um opinberan fjárstuðning við öflun og miðlun fréttu og fréttatengds efnis sem kynnt hefur verið í samráðsgátt stjórnvalda. Auglýsingamarkaðurinn skiptir þar miklu máli ásamt öðru og er mikilvægt að gagnsæi ríki um kaup opinberra aðila á auglýsingum, sbr. umfjöllun í framangreindri skýrslu mennta- og menningarmálaráðuneytisins. Er einnig mikilvægt til lengri tíma litið að fylgst verði með þróun auglýsingamarkaðar og hlutdeild samfélagsmiðla á honum og hvaða áhrif markaðshlutdeild slíkra miðla hefur á auglýsingatekjur annarra fjölmiðla. Eins og sjá má af svari við 1. tölul. fyrirspurnarinnar hefur umfang auglýsingakaupa og kostaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum hjá forsætisráðuneytinu og stofnunum sem undir það heyra verið takmarkað á umliðnum árum. Verður ekki séð, að svo stöddu, að slík hófleg auglýsingakaup raski stefnu ríkisstjórnarinnar um eflingu íslenskra fjölmiðla.