

Svar

umhverfis- og auðlindaráðherra 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 kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum, svo sem á Facebook, Instagram, YouTube og Twitter?

Upplýsingar um útgjöld umhverfis- og auðlindaráðuneytisins og stofnana sem undir það heyra og hafa einhver útgjöld vegna auglýsinga eða kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum ár hvert frá árinu 2015 má finna í eftirfarandi töflu:

Heiti stofnunar	2015	2016	2017	2018
Umhverfis- og auðlindaráðuneytið	30.000	27.000	28.000	73.000
Umhverfisstofnun	111.439	210.017	151.940	285.540
Þingvallahjóðgarður	0	10.000	0	0
Úrvinnslusjóður	0	0	0	100.000
Skipulagsstofnun	618	24.561	10.506	13.858
Landmælingar Íslands	0	0	0	9.700
Veðurstofa Íslands	0	0	5.300	0

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

Ekki hefur verið mótuð stefna um auglýsingakaup umhverfis- og auðlindaráðuneytisins á samfélagsmiðlum af hálfu ráðherra. Á sínum eigin samfélagsmiðlum hefur ráðherra ekki keypt auglýsingar.

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 auglýsingaokaupa og kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum hjá umhverfis- og auðlindaráðuneytinu og stofnunum sem undir það heyra verið takmarkað á umliðnum árum. Verður ekki séð, að svo stöddu, að slík auglýsingakaup raski stefnu ríkisstjórnarinnar um eflingu íslenskra fjölmiðla.

Vert er að benda á að Umhverfisstofnun hefur veigamiklu hlutverki að gegna við fræðslu og miðlun upplýsinga til almennings, en það er sú stofnun ráðuneytisins sem er með hæstu útgjöldin til auglýsinga eða kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum, sbr. töflu í svari við 1. tölul. fyrirspurnarinnar.