

## Svar

### Samgöngu- og sveitarstjórnarráðherra 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?*

#### Samgöngu- og sveitarstjórnarráðuneytið.

Engar auglýsingar eða kostnaðar birtingar á samfélagsmiðlum á tímabilinu.

#### Byggðastofnun.

Eingöngu hefur verið auglýst á Facebook. Skipting eftir árum er eftirfarandi:

- 2019 – 0 kr.
- 2018 – 14.987 kr.
- 2017 – 14.939 kr.
- 2016 – 0 kr.
- 2015 – 27.000 kr.

#### Póst- og fjarskiptastofnun.

Engar auglýsingar eða kostnaðar birtingar á samfélagsmiðlum á tímabilinu.

#### Rannsóknarnefnd samgönguslysa.

Engar auglýsingar eða kostnaðar birtingar á samfélagsmiðlum á tímabilinu.

#### Samgöngustofa.

Samgöngustofa hefur auglýst á Facebook, Instagram, YouTube og nýtt Google Ads.

Skipting eftir árum er eftirfarandi:

- 2018 – 3.358.395 kr.
- 2017 – 2.860.486 kr.
- 2016 – 2.205.286 kr.
- 2015 – 454.711 kr.

#### Vegagerðin.

Engar auglýsingar eða kostnaðar birtingar á samfélagsmiðlum á tímabilinu.

#### Þjóðskrá Íslands.

Þjóðskrá Íslands hefur í örfáum tilvikum auglýst í gegnum Facebook. Ekki hafa verið notaðir aðrir samfélagsmiðlar. Skipting eftir árum er eftirfarandi:

- 2019 – 17.000 kr. (þrjár auglýsingar).
- 2018 – 0 kr.
- 2017 – 0 kr.
- 2016 – 50.000 kr. (ein auglýsing).
- 2015 – 10.413 kr. (þrjár auglýsingar).

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

Í ráðuneytinu hefur nýlega verið samþykkt samskiptastefna með það að leiðarljósi að ráðuneytið skuli vera til fyrirmyndar í upplýsingagjöf til samfélagsins.

Eitt af markmiðum með öflugri upplýsingagjöf er að eiga frumkvæði að því að kynna málaflokka ráðuneytisins með skýrum og skipulögðum hætti. Það er fyrst og fremst gert með miðlun upplýsinga á vef Stjórnarráðsins, viðburðum og opnum fundum og upplýsingagjöf til fjölmiðla.

Ráðuneytið hefur fram til þessa ekki keypt auglýsingar á samfélagsmiðlum og ekki verið með sérstaka síðu á Facebook. Á hinn bóginn er stefnt að opnun Facebook-síðu fyrir ráðuneytið til að auka upplýsingastreymi til almennings og vekja athygli á málaflokkum þess.

Ráðherra og ráðuneytið telja vel koma til greina að kaupa auglýsingar eða kostaða dreifingu ef slíkt er til þess fallið að upplýsa almenning um mikilvæg málefni, auglýsa fundi og viðburði og vekja athygli á nýrri löggjöf eða reglugerðum.

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

Ráðuneytið hefur stefnu ríkisstjórnarinnar um að efla íslenska fjölmiðla ávallt að leiðarljósi og kaupir áfram auglýsingar í íslenskum vef- og prentmiðlum þegar við á. Eftir sem áður telur ráðuneytið mikilvægt að nýta einnig samfélagsmiðla til að miðla upplýsingum um ráðuneytið og starfsemi þess til almennings.