

## Svar

### utanríkisráðherra 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?*

Utanríkisráðuneytið hefur varið samtals 29.780 kr. í auglýsingar á Facebook frá 1. janúar 2015 fram til 1. apríl 2019, miðað við gengi bandaríkjadals 3. apríl 2019.

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

Í upplýsingastefnu ráðuneytisins er kveðið á um að utanríkisþjónustan nýti þá miðla sem best henta hverju sinni til að koma upplýsingum á framfæri, þ.m.t. samfélagsmiðla. Auglýsingar eru alltaf merktar ráðuneytinu eða stjórnarráðinu, eftir því sem við á, hvort sem þær birtast á samfélagsmiðlum eða í öðrum miðlum.

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. Einnig er 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.

Ráðuneytið kaupir reglulega auglýsingar í íslenskum dagblöðum og vefmiðlum. Í ljósi þess að Íslendingar nota samfélagsmiðla í miklum mæli og fá stóran hluta fréttu og upplýsinga í gegnum samfélagsmiðla getur verið mikilvægt að nýta þá til að koma upplýsingum til almennings og hagsmunaaðila. Eins og sjá má af svári við 1. tölul. fyrirspurnarinnar hefur umfang auglýsingaupa og kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum hjá ráðuneytinu verið takmarkað á umliðnum árum. Verður ekki séð, að svo stöddu, að slík hófleg auglýsingakaup raski stefnu ríkisstjórnarinnar um eflingu íslenskra fjölmiðla.

Alls fór ein vinnustund í að taka þetta svar saman.