

Svar

sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra við fyrirspurn frá Birni Leví Gunnarssyni um auglýsingar á samfélagsmiðlum.

1. Hvaða útgjöld hafa atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og stofnanir sem undir ráðherra heyra haft ár hvert frá árinu 2015 vegna auglýsinga eða kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum, svo sem á Facebook, Instagram, YouTube og Twitter?

Útgjöld atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins (ANR) og stofnana sem heyra undir sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra vegna auglýsinga eða kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum á árunum 2015–2019 má sjá í eftirfarandi töflu. Allar fjárhæðir eru án virðisauka-skatts.

	2015	2016	2017	2018	2019	Samtals:
ANR	0	61.222	31.133	131.622	49.069	273.046
Fiskistofa	0	0	0	12.123	24.200	36.323
Hafrannsóknastofnun	0	0	0	0	0	0
Matvælastofnun	0	0	0	21.000	5.200	26.200
Samtals:	0	61.222	31.133	164.745	78.469	335.569

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 Stjórnarráðsins. 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. Eins og sjá má af svari við 1. tölul. fyrirspurnarinnar hefur umfang auglýsingaokaupa og kostnaðrar dreifingar á samfélagsmiðlum hjá atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti 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.