



## FJÖLMIÐLANEFND

15. ágúst 2018  
**Ákvörðun nr. 5/2018**

**Brot á reglum um aðgreiningu ritstjórnarefnis og auglýsinga og reglum um auglýsingahlutfall innan klukkustundar í þættinum *Fermingar* sem sýndur var á Hringbraut 12. janúar 2018.**

### **I. Málsvik**

Málsvik voru þau að sjónvarpsþátturinn *Fermingar* var sýndur á sjónvarpsstöðinni Hringbraut þann 12. janúar 2018 og var jafnframt aðgengilegur á vef Hringbrautar, Hringbraut.is. Í kynningu þáttarins á netinu sagði: „Fermingarþáttur Hringbrautar er sneisafullur af fróðlegu og skemmtilegu efni þar sem farið er yfir hina ýmsu fjölbreyttu þætti fermingarinnar. Snæðis fer um víðan völl og ræðir við fagaðila um fermingargjafir, undirbúning, fermingarfræðslu og athöfnina sjálfa. Hér er á ferðinni léttur, fræðandi og skemmtilegur þáttur unninn í samstarfi við Rekkjuna, Meba/Rhodium, Föndra, Lín Design, Comma og Prestafélag Íslands.“

Fram kom í kynningartexta undir myndbandi af þættinum á vef Hringbrautar að þátturinn væri unninn í samstarfi við fyrrgreinda aðila og virtust framangreindar verslanir þannig auðkenndar sem kostendur eða auglýsendur í þættinum. Þátturinn var byggður upp með þeim hætti að viðmælendur þáttarins kynntu vörur sínar eða þjónustu og voru flest myndskreiðin tekin upp í verslunum samstarfsaðilanna. Vörumerki verslana þeirra voru afar sýnileg í allri dagskrá, bæði í myndskreiðum sem tekin voru upp í viðkomandi verslunum, auk þess sem vörumerki hvernar verslunar fyrir sig birtist í nokkrar sekúndur í horni skjámyndar við upphaf hvernar vörukynningar og í kreditlista sem rann yfir skjáinn í þáttarlök.



## FJÖLMIÐLANEFND

### II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

Með bréfi fjölmiðlanefndar, dags. 16. mars sl., var óskað eftir sjónarmiðum og upplýsingum Hringbrautar Fjölmiðla ehf. (Hringbrautar Fjölmiðla) vegna þáttarins *Fermingar*.

Í bréfinu var vísað í ákvæði 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 um skýra aðgreiningu ritstjórnarefnis og viðskiptaboða, 42. gr. um kostun hljóð- og myndefnis og 2. mgr. 41. gr. um leyfilegt auglýsingahlutfall innan hverrar klukkustundar. Þá var vísað í 40. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla um skilgreiningu á hugtakinu viðskiptaboð.

Fram kom að ljóst mætti vera af framangreindum lagaákvæðum að viðskiptaboð ættu að vera auðþekkjanleg sem slík og skýrt afmörkuð frá öðru efni, t.d. með myndskilti eða hljóðmerki. Jafnframt mætti ljóst vera að kostendum væri óheimilt að hafa áhrif á innihald, efnistöð eða tímasetningu kostaðs efnis. Þá mætti innihald kostaðs efnis ekki fela í sér hvatningu til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu kostanda eða annars aðila, t.d. með því að auglýsa slíka vöru eða þjónustu sérstaklega. Loks mætti hlutfall auglýsinga og fjarkaupainnskota innan hverrar klukkustundar ekki fara yfir 20% eða 12 mínútur lögum samkvæmt.

Óskaði fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum um það hvort þættinum *Fermingar*, sem sýndur var á Hringbraut og aðgengilegur var á Hringbraut.is, hefði verið miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi þeirra fyrirtækja og/eða aðila sem um var fjallað í þættinum. Þess var óskað að svör Hringbrautar Fjölmiðla bærust nefndinni eigi síðar en 3. apríl 2018.

Erindi fjölmiðlanefndar var ítrekað með tölvupósti 13. apríl 2018 þar sem engin formleg svör höfðu borist frá Hringbraut Fjölmiðlum.

Með bréfi Hringbrautar Fjölmiðla, dags. 17. apríl 2018, bárust svör við bréfi nefndarinnar, dags. 16. mars. Í þeim svörum sagði að Hringbraut Fjölmiðlar mæti það svo að auglýsingar hefðu verið innan við mörk eða 20% innan hverrar klukkustundar í þættinum *Fermingar*.

Þann 30. maí 2018 sendi fjölmiðlanefnd Hringbraut Fjölmiðlum annað erindi vegna málsins. Þar kom fram það frummat nefndarinnar að umfjöllun um tiltekna vörutegundir í þættinum *Fermingar* falli undir hugtakið viðskiptaboð, eins og það hugtak sé skilgreint í lögum um fjölmiðla, og hafi þau viðskiptaboð ekki verið nægilega skýrt afmörkuð frá ritstjórnarefni, líkt og áskilnaður sé um í 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Því hafi Hringbraut Fjölmiðlar brotið gegn 1. mgr. 37. gr. með miðlun þáttarins á sjónvarpsstöðinni Hringbraut og vefnum Hringbraut.is.



## FJÖLMIÐLANEFND

Jafnframt kom fram það frummat fjölmiðlanefndar að með miðlun þáttarins Fermingar á Hringbraut hafi Hringbraut Fjölmiðlar brotið gegn 2. mgr. 41. gr. laga um fjölmiðla, þar sem hlutfall auglýsinga innan klukkustundar hafi farið yfir 20%.

Loks kom fram það frummat fjölmiðlanefndar að með miðlun þáttarins kunnir Hringbraut Fjölmiðlar að hafa brotið gegn 3. mgr. 42. gr. með því að miðla kostuðu efni sem fól í sér hvatningu til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu kostenda, með því að auglýsa tilteknar vörur og þjónustu sérstaklega.

Fjölmiðlanefnd benti á að brot gegn ákvæðum VI. kafla laga um fjölmiðla gætu varðað stjórnvaldssektum, samkvæmt n-lið 1. mgr. 54. gr. Fram kom að við ákvörðun sektar skuli m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það ætti við, sbr. 4. mgr. 54. gr.

Loks vakti fjölmiðlanefnd athygli á því að mál er varða brot Hringbrautar gegn 1. mgr. 37. gr. og 2. mgr. 41. gr. laga um fjölmiðla hefðu áður komið til meðferðar hjá nefndinni, sbr. ákvörðun nr. 2/2017, þar sem fjölmiðlanefnd komst að þeirri niðurstöðu að Hringbraut hefði, með sýningu þáttanna Atvinnulífið og Allt er nú til, brotið gegn 2. mgr. 41. gr. um leyfilegt auglýsingahlutfall innan klukkustundar og 1. og 2. mgr. 37. gr. um aðgreiningu ritstjórnarefnis frá auglýsingum og bann við duldu auglýsingum.

Fram kom í erindinu að fjölmiðlanefnd vildi gefa Hringbraut Fjölmiðlum frekara færi á að koma skýringum og sjónarmiðum vegna málsins á framfæri áður en komist yrði að niðurstöðu um hugsanlegt brot gegn 1. mgr. 37. gr., 2. mgr. 41. gr. og 3. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla. Ennfremur óskaði fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum um tekjur Hringbrautar Fjölmiðla vegna framangreindra vörukynninga í þættinum Fermingar, sem talin voru kunna fela í sér brot á ákvæðum laga um fjölmiðla. Þess var óskað að athugasemdir og sjónarmið Hringbrautar Fjölmiðla bærust nefndinni eigi síðar en 13. júní.

Engin svör bárust frá Hringbraut Fjölmiðlum við bréfi fjölmiðlanefndar og var málið tekið til ákvörðunar á fundi nefndarinnar 15. ágúst 2018.



## FJÖLMIÐLANEFND

### III. Niðurstaða

#### 1.

Hugtakið viðskiptaboð er skýrt í 40. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að viðskiptaboð séu texti, myndir og/eða hljóð sem sé ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklings sem stundi atvinnustarfsemi og sé miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning.

Hugtakið kostun er skýrt í 27. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þar segir að kostun sé hljóð- og myndsending í viðskiptaskyni sem tekur til hvers konar framlaga opinbers fyrirtækis, einkafyrirtækis eða einstaklings til fjármögnunar einstakra dagskrárliða með það fyrir augum að vekja athygli á heiti viðkomandi, vörumerki, ímynd, starfsemi eða vörum, enda fáist viðkomandi hvorki við hljóð- né myndmiðlun né framleiðslu hljóð- eða myndverka.

Hugtakið auglýsing er skilgreint svo í 2. tölul. 2. mgr. 1. gr. laganna: Auglýsing er viðskiptaboð sem í felst hvers konar tilkynning sem er miðlað gegn endurgjaldi eða í þágu fjölmiðlaveitu og felur í sér kynningu á ímynd, vöru eða þjónustu.

Í 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla segir að viðskiptaboð skuli vera auðþekkjanleg sem slík og vera skýrt afmörkuð frá öðru efni með þeim hætti sem best hentar því formi miðlunar sem notað er hverju sinni.

Í greinargerð með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir m.a. um 37. gr. laganna að aðgreining viðskiptaorðsendinga og fjarkaupa frá því efni sem lýtur ritstjórnarábyrgð viðkomandi fjölmiðlaþjónustuveitanda sé grundvallarþáttur í neytendavernd á fjölmiðlamarkaði. Þá segir jafnframt að gera verði þá fortakslausu kröfu til fjölmiðlaþjónustuveitanda að þeir tryggi að neytendum sé ljóst hvenær um viðskiptaorðsendingar er að ræða.

Í 2. mgr. 41. gr. laga um fjölmiðla kemur fram að hlutfall auglýsinga og fjarkaupainnskota innan hvernar klukkustundar skuli ekki fara yfir 20% eða tólf mínútur.

Reglur um kostun hljóð- og myndefnis er að finna í 42. gr. laga um fjölmiðla. Samkvæmt 1. mgr. 42. gr. er fjölmiðlum heimilt að afla kostunar við gerð og kaup hljóð- og myndmiðlunarefnis, svo framarlega sem kostandi hefur ekki áhrif á innihald, efnistöð eða tímasetningu kostaðs efnis og raskar ekki ábyrgð og ritstjórnarlegu sjálfstæði



## FJÖLMIÐLANEFND

fjölmiðlaveitunnar. Í 3. mgr. 42. gr. kemur fram að kostað efni megi ekki fela í sér hvatningu til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu kostanda eða annars aðila, t.d. með því að auglýsa slíka vöru eða þjónustu sérstaklega. Í samræmi við 4. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla skal kostað efni vera auðkennt sem slíkt með kynningu, nafni, vörumerki, öðru auðkenni kostanda eða öðrum þeim hætti sem best hentar því formi miðlunar sem notað er.

Reglur um auglýsingar og önnur viðskiptaboð í lögum um fjölmiðla byggja að stærstum hluta á samsvarandi reglum í hljóð- og myndmiðlunartilskipun Evrópusambandsins 2010/13/ESB.

Fjölmiðlanefnd gaf árið 2015 út leiðbeiningar um bann við duldum auglýsingum og kostun og vörunnsetningu í hljóð og myndefni í þeim tilgangi meðal annars að upplýsa starfsfólk og stjórnendur fjölmiðla um gildandi reglur og túlkun fjölmiðlanefndar á þeim. Leiðbeiningarnar voru sendar á alla starfandi fjölmiðla, bæði á umsagnarstigi og í lokaútgáfu. Þá voru leiðbeiningarnar birtar á vef fjölmiðlanefndar.

Í þriðja kafla leiðbeininganna segir m.a. að þrátt fyrir að heimilt sé að skjóta auglýsingum og fjarkaupainnskotum inn í dagskrárliði þá verði viðskiptaboðin að vera skýrt aðgreind frá dagskrárefni. Þá sé óheimilt að miðla seldum innslögum í hljóð og myndefni, t.d. viðtölum og annarskonar umfjöllun þar sem fjallað er um vörur eða þjónustu þess sem greiðir fyrir umfjöllunina, nema umfjöllunin sé auðkennd sem auglýsing eða kynning og falli innan þess tímaramma sem markaður er fyrir auglýsingar í lögum um fjölmiðla.

### 2.

Fram kom í texta á vef Hringbrautar að þátturinn *Fermingar* væri unninn í samstarfi við tiltekna aðila, nánar tiltekið þá aðila sem kynntu vörur sínar í þættinum. Slík tilkynning birtist hins vegar ekki í sjónvarpsþættinum sjálfum, hvorki með sjónrænum né hljóðrænum hætti. Einu vísbendingarnar um að sjónvarpsþátturinn væri fjármagnaður af öðrum en fjölmiðlinum sjálfum voru vörumerki viðkomandi aðila sem birtust í horni skjámyndar inni í þættinum og í kreditlista sem rann yfir skjáinn í þáttarlok. Að mati fjölmiðlanefndar var sú auðkenning ekki fullnægjandi í skilningi 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Tilkynna hefði þurft með skýrum hætti, a.m.k. við upphaf og lok sjónvarpsþáttarins, að um viðskiptaboð eða auglýsingaefni væri að ræða.

Að mati fjölmiðlanefndar uppfyllti þátturinn *Fermingar* ekki skilyrði 3. mgr. 42. gr. um kostun fjölmiðlaefnis þar sem fram kemur að kostað efni megi ekki fela í sér hvatningu til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu kostanda eða annars aðila, t.d. með því að auglýsa slíka vöru eða þjónustu sérstaklega. Þvert á móti gekk stærstur hluti þáttarins beinlínis út á að kynna vörur og



## FJÖLMIÐLANEFND

þjónustu þeirra sem um var fjallað. Að mati nefndarinnar var ekki um að ræða kostað dagskrárefni í skilningi laga um fjölmiðla, heldur vörukynningar sem þjónuðu auglýsingamarkmiðum og voru til þess fallnar að villa um fyrir neytendum með þeim hætti að þeir áttuðu sig ekki á því að um keypta umfjöllun væri að ræða.

Þátturinn *Fermingar* var tæpur hálf tími að lengd. Þar af var vörukynning á fermingarfræðsluefni AHA-kassanum 2,06 mínútur að lengd, kynning á vörum verslunarinnar Mebu 2,36 mínútur að lengd, kynning á vörum Föndru 4,58 mínútur að lengd, kynning á vörum LÍN design 4,32 mínútur að lengd, kynning á vörum Rekkjunnar 4,09 mínútur að lengd og kynning á vörum verslunarinnar Comma 2,53 mínútur að lengd. Alls var kynningarefni því 19,94 mínútur að lengd. Auk þessa var þátturinn brotinn upp með auglýsingum, sem voru skýrt aðgreindar frá öðru efni þáttarins, alls 2,25 mínútur að lengd. Alls var því lengd auglýsinga- og kynningarefnis í fyrrnefndum hálf tíma löngum þætti 22,19 mínútur en. Ljóst er þannig að efni þáttarins var því ekki í samræmi við 2. mgr. 41. gr. laganna þar sem fram kemur að leyfilegt hlutfall auglýsinga og fjarkaupainnskota innan hvernar klukkustundar er 20% eða tólf mínútur.

Á grundvelli alls framangreinds er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að umfjöllun um framangreindar vörutegundir í þættinum *Fermingar* falli undir hugtakið auglýsinga, eins og það hugtak er skilgreint í lögum um fjölmiðla, og hafi það auglýsingaefni ekki verið nægilega skýrt afmarkað frá ritstjórnarefni, líkt og áskilnaður er um í 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Því hafi Hringbraut Fjölmiðlar brotið gegn 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla með miðlun þáttarins á Hringbraut.

Jafnframt er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að með miðlun þáttarins *Fermingar* á Hringbraut hafi Hringbraut Fjölmiðlar brotið gegn 2. mgr. 41. gr. laga um fjölmiðla, þar sem hlutfall auglýsinga innan hvernar klukkustundar fór yfir 20%.

Samkvæmt n-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla leggur fjölmiðlanefnd stjórnvaldssekt á lögaðila vegna brots á ákvæðum í VI. kafla laga um fjölmiðla, þar með talið ákvæðum 1. mgr. 37. gr. og 2. mgr. 41. gr. Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það á við.

Með vísan til niðurstöðu sinnar og þess að Hringbraut hefur áður gerst brotleg við 1. mgr. 37. gr. og 2. mgr. 41. gr. laga um fjölmiðla, sbr. ákvörðun nefndarinnar nr. 2/2017, vegna þáttanna Atvinnulífið og Allt er nú til, hefur fjölmiðlanefnd ákveðið að leggja stjórnvaldssekt á Hringbraut Fjölmiðla í samræmi við n-lið 54. gr. laga um fjölmiðla. Telur fjölmiðlanefnd hæfilegt að sektin nemi 500.000 kr.



FJÖLMIÐLANEFND

#### IV. Ákvörðunarorð

**Hringbraut Fjölmiðlar ehf. braut 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla með miðlun þáttarins *Fermingar* á Hringbraut þar sem viðskiptaboð í þættinum voru ekki merkt með skýrum hætti til aðgreiningar frá ritstjórnarefni.**

**Hringbraut Fjölmiðlar ehf. braut 2. mgr. 41. gr. laga um fjölmiðla með miðlun þáttarins *Fermingar* á Hringbraut þar sem hlutfall viðskiptaboða innan hvefrrar klukkustundar fór yfir 20%.**

**Hringbraut Fjölmiðlar ehf. greiði 500.000 kr. í stjórnvaldssekt.**

Hulda Árnadóttir

Halldóra Þorsteinsdóttir

Björn Vignir Sigurpálsson

Finnur Beck

Róbert H. Haraldsson