



FJÖLMIÐLANEFND

15. ágúst 2018
Álit nr. 1/2018

Brot á reglum um aðgreiningu ritstjórnarefnis og auglýsinga og reglum um duldar auglýsingar með umfjöllun um Domino's pizzur og Meistaramánuð Íslandsbanka í vefmiðlinum Nútímanum í febrúar og mars 2018.

I. Málsvik

Í febrúar- og marsmánuði 2018 birtust á vefmiðlinum Nútímanum þrjú myndbönd með áhrifavaldinum Guðrúnu Veigu, tvö í febrúar og eitt í marsbyrjun. Hverju myndbandi fylgdi stutt textaumfjöllun þar sem greint var frá því að áhrifavaldurinn hygðist borða pizzu frá Domino's á hverjum degi í febrúarmánuði. Pizzusmökkunin var kynnt sem hluti af svokölluðum meistaramánuði Íslandsbanka, sem fælist í því að fólk setti sér markmið af ýmsu tagi. Fram kom að Guðrún Veiga ætlaði að smakka hverja einustu pizzu á matseðli Domino's meðan á þessu stæði.

Þann 1. febrúar birtist fyrsta myndbandið á vef Nútímans, undir yfirskriftinni „*Guðrún Veiga ætlar að borða pizzu á hverjum degi í Meistaramánuði.*“ Í letri fyrir ofan fyrirsögn stóð „ÁHUGAVERT“. Umfjöllunin, sem ennþá er aðgengileg á vef Nútímans, var hins vegar ekki auðkennd sem kynningarefni eða með öðrum hætti gefið til kynna að aðrir en fjölmiðillinn sjálfur hefðu fjármagnað gerð hennar. Í texta fyrir neðan myndbandið sagði að Íslandsbanki, Domino's og Nútíminn hefðu tekið höndum saman um að hjálpa Guðrúnu Veigu að láta þetta gerast. Í textanum var jafnframt hlekkjað á pizzu-matseðil á vef Domino's og vef Meistaramánaðar sem er á vegum Íslandsbanka.

Þann 15. febrúar birtist annað myndbandið á vef Nútímans, undir yfirskriftinni „*Guðrún Veiga býin að smakka helminginn af pizzunum á Domino's í Meistaramánuði.*“ Í letri fyrir ofan fyrirsögn stóð „FÓLK“. Umfjöllunin, sem ennþá er aðgengileg á vef Nútímans, var hins vegar ekki auðkennd sem kynningarefni eða með öðrum hætti gefið til kynna að aðrir en fjölmiðillinn sjálfur hefðu fjármagnað gerð hennar. Í niðurlagi textans sem birtur var fyrir neðan myndbandið segir: „*Íslandsbanki, Domino's og Nútíminn tóku höndum saman um að hjálpa Guðrúnu Veigu að láta þetta gerast. Hún er býin að vera afar samviskusöm og er hálfnuð með markmiðið. Horfðu á myndbandið hér fyrir ofan til að sjá hvernig gengur.*“



FJÖLMIÐLANEFND

Þann 1. mars birtist þriðja myndbandið á vef Nútímans, ásamt umfjöllun með fyrirsögninni „Guðrún Veiga borðaði pizzu á hverjum degi í mánuð: „Gulli Helga stóð ekki við sitt markmið og Þorgerður Katrín var tognuð.“ Í letri fyrir ofan fyrirsögn stóð „ÁHUGAVERT“. Umfjöllunin, sem ennþá er aðgengileg á vef Nútímans, var hins vegar ekki auðkennd sem kynningarefni eða með öðrum hætti gefið til kynna að aðrir en fjölmiðillinn sjálfur hefðu fjármagnað gerð hennar. Í niðurlagi textans, sem birtur var fyrir neðan myndbandið, sagði: „Íslandsbanki, Domino’s og Nútíminn tóku höndum saman um að hjálpa Guðrúnu Veigu að láta þetta gerast. Hún stóðst að sjálfsögðu áskorunina og er því pizzumeistari Íslands!“

Í myndböndunum mátti annars vegar sjá myndbrot af „snöppum“ Guðrúnar Veigu á samfélagsmiðlinum Snapchat, þar sem hún tókst á við þá áskorun að borða pizzu daglega í meistaramánuði, og hins vegar myndskreið af viðtali dagskrárgerðarmanns Nútímans við áhrifavaldinn, sem tekin voru í upphafi og við lok meistaramánaðarins. Í myndbrotunum sást m.a. pizzur af ýmsu tagi í kössum merktum vörumerki Domino’s og pizzu-sendlar í fatnaði merktu sama vörumerki.

Umfjöllun Nútímans var einnig deilt á samfélagsmiðlum í febrúar. Á Facebook birtist hún á Facebook-síðu Nútímans undir yfirskriftinni „Nútíminn with Meistaramánuður“. Undir henni mátti sjá dagsetningu og orðið „paid“ með smáu letri og þar fyrir neðan þá stöðufærslu Nútímans sem birt var í tengslum við umfjöllunina hverju sinni.

Á Twitter birtist umfjöllun Nútímans um pizzusmökkun Guðrúnar Veigu með myllumerkinu #ad, sbr. eftirfarandi stöðufærslu Nútímans á Twitter 1. febrúar 2018: *Guðrún Veiga ætlar að borða pizzu á hverjum degi í Meistaramánuði: „Alla klukkutíma sem ég er vakandi langar mig í pizzu“ #ad bit.ly/2DRHSoN.*

II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

1.

Fjölmiðlanefnd hefur eftirlit með lögum um fjölmiðla nr. 38/2011, skv. 11. gr. laganna. Erindum vegna ætlaðra brota á ákvæðum laganna skal beint til nefndarinnar og tekur hún ákvörðun um það hvort erindi sem henni berast gefi nægar ástæður til meðferðar. Fjölmiðlanefnd er jafnframt heimilt að taka mál upp að eigin frumkvæði.



FJÖLMIÐLANEFND

Þann 16. febrúar sl. barst fjölmiðlanefnd ábending þess efnis að á Nútímanum væri að finna duldar auglýsingar frá Domino's, þar sem Domino's virtist nota áhrifavaldinn Guðrúnu Veigu til að auglýsa vörur sínar. Fram kom að erindi sama efnis hefði verið sent til Neytendastofu. Ábendingunni fylgdu hlekkir á umfjöllun Nútímans, frá 1. og 15. febrúar, þar sem fjallað var um pizzusmökkun Guðrúnar Veigu.

Með erindi fjölmiðlanefndar, sem sent var í tölvupósti þann 16. mars 2018, var óskað eftir sjónarmiðum og upplýsingum Fálka útgáfu vegna áðurnefndrar umfjöllunar í Nútímanum með vísan til reglna um aðgreiningu ritstjórnarefnis og auglýsinga og bann við dulduðum viðskiptaboðum, sbr. 1. og 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla.

2.

Svar barst samdægurs í tölvupósti frá fyrirsvarsmanni Fálka útgáfu sem jafnframt er ritstjóri og ábyrgðarmaður Nútímans. Þar sagði að umræddar færslur innihaldi myndbönd sem unnin hafi verið í samstarfi við Íslandsbanka og Domino's. Í samstarfinu hafi falist að fyrirtækin greiddu ákveðna upphæð fyrir framleiðslu á tveimur myndböndum í Meistaramánuði Íslandsbanka sem Nútíminn hafi birt í byrjun og lok mánaðar.

Í svari Fálka útgáfu sagði jafnframt að öllum megi ljóst vera að um samstarf Nútímans við þessi tvö fyrirtæki sé að ræða, þar sem skýrt sé tekið fram í texta með báðum myndböndunum að þessir þrír aðilar hafi „tekið höndum saman“ um að láta draum viðfangsefnisins rætast.

Þá var á það bent í svari Fálka útgáfu að Facebook bjóði fjölmiðlum upp á að tilgreina ef efni sé kostað þegar færslur séu birtar. Þetta hafi Nútíminn nýtt sér samviskusamlega með því að taka fram að færslan væri birt „með“ Meistaramánuði, sem sé vörumerki í eigu Íslandsbanka. Þá komi einnig skýrt fram að greitt hafi verið fyrir efnið, þar sem orðið „paid“ fylgi með færslunni á Facebook. Samfélagsmiðillinn Twitter sé ekki kominn jafnlangt og Facebook í framsetningu sinni í þessum efnunum. Þess vegna hafi Nútíminn birt myllumerkið #ad með færslunum þar. Framangreindu til skýringar og staðfestingar var vísað til skjáskota af færslum Nútímans á Facebook og Twitter sem fylgdu svarpósti Fálka útgáfu í viðhengi.

Í svari Fálka útgáfu sagði einnig að um 75% notenda Nútímans komi inn á síðuna í gegnum Facebook, þannig að viðleitni vefsins, til að sýna með skýrum hætti að viðkomandi efni væri kostað, hafi verið mikil. Þá komi um 5% notenda inn á vefinn í gegnum Twitter og hafi þeir notendur einnig fengið að vita að um kostað efni væri að ræða, með myllumerki sem viðurkennt sé að sýni að um samstarf við fyrirtæki sé að ræða. Hafi þar verið vísað til myllumerkisins #ad, sem sé stytting á enska orðinu advertisement eða auglýsing.



FJÖLMÍÐLANEFND

3.

Á fundi fjölmiðlanefndar 5. apríl 2018 voru svör Nútímans kynnt fyrir nefndarmönnum en frekari umfjöllun um málið frestað. Á fundi fjölmiðlanefndar 9. maí 2018 samþykkti fjölmiðlanefnd að taka málið til efnislegrar meðferðar og gefa Nútímanum færi á að veita frekari andsvör.

Þann 22. júní 2018 sendi fjölmiðlanefnd Fálka útgáfu frummat nefndarinnar vegna málsins. Þar kom fram að nefndin teldi umfjöllun um Domino's pizzur og Meistaramánuð Íslandsbanka í vefmiðlinum Nútímanum, sem miðlað var á vefnum 1. og 15. febrúar og 1. mars 2018, falla undir hugtakið viðskiptaboð og að þau viðskiptaboð hefðu ekki verið afmörkuð frá ritstjórnarefni með skýrum hætti, líkt og áskilnaður væri um í 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Jafnvel þótt fram hafi komið í umfjöllun Nútímans að um samstarf við Domino's og Íslandsbanka væri að ræða væru slíkar tilvísanir ekki nægilegar til þess að viðskiptaboð teldust auðkennd með fullnægjandi hætti. Því væri það frummat nefndarinnar að um dulin viðskiptaboð hafi verið að ræða og að Fálki útgáfa hafi brotið gegn 1. og 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla með miðlun myndbandanna og tengdri umfjöllun á vef Nútímans.

Í erindinu benti fjölmiðlanefnd á að brot gegn ákvæðum VI. kafla laga um fjölmiðla, þar á meðal 1. og 2. mgr. 37. gr., gætu varðað stjórnvaldssektum samkvæmt n-lið 1. mgr. 54. gr. laganna. Við ákvörðun sektar skuli m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það eigi við. Þá kom fram að fjölmiðlanefnd væri heimilt að falla frá sektarákvörðun teldist brot óverulegt eða af öðrum ástæðum væri ekki talin þörf á beitingu sekta. Í slíkum tilvikum væri fjölmiðlanefnd heimilt að gefa út álit sem birt væri á vef hennar, sbr. 5. mgr. 54. gr.

Fram kom í erindinu að fjölmiðlanefnd vildi gefa Fálka útgáfu frekara færi á að koma skýringum og sjónarmiðum vegna málsins á framfæri áður en komist yrði að niðurstöðu um hugsanleg brot félagsins gegn 1. og 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Ennfremur óskaði nefndin eftir upplýsingum um tekjur Fálka útgáfu vegna áður nefndra viðskiptaboða, með vísan í 4. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla. Þess var óskað að athugasemdir og sjónarmið Fálka útgáfu bærust nefndinni eigi síðar en 2. júlí.

4.

Svar Fálka útgáfu barst fjölmiðlanefnd 22. júní. Þar mótmælti útgáfufélagið því frummati fjölmiðlanefndar að samstarf Nútímans við Domino's og Íslandsbanka hefði ekki verið auðkennt með fullnægjandi hætti. Þvert á móti hafi Nútíminn nýtt öll úrræði sem fyrir hendi væru til að gefa til kynna að um samstarf hefði verið að ræða. Nútíminn hafi notað úrræði á



FJÖLMIÐLANEFND

Facebook til að tilgreina samstarfsaðila, notað myllumerkið #ad á Twitter og tekið fram í umfjöllun sinni að fjölmiðillinn hafi tekið höndum saman við fyrirtækin tvö sem um ræddi.

Í svari sínu gerði Fálki útgáfa athugasemd við það orðalag í bréfi fjölmiðlanefndar að orðið „paid“ hafi fylgt færslunni á Facebook með „smáum stöfum“. Fram kom í athugasemd Fálka útgáfu að notendur Facebook hefðu engin tól til að stækka þetta letur. Þeir hefðu hins vegar val um að nýta þetta úrræði stærsta samfélagsmiðils heims til að benda á að um kostaða færslu væri að ræða og það hafi Nútíminn samviskusamlega gert. Áréttað var af hálfu Fálka útgáfu að mjög stór hluti notenda komi á vef Nútímans í gegnum Facebook og megi leiða líkum að því að meirihluti þeirra sem séð hafi umfjöllun Nútímans um Meistaramánuð Íslandsbanka hafi átt þess kost að vita að um kostaða umfjöllun væri að ræða áður en þeir fóru inn á vef Nútímans.

Fálki útgáfa gerði jafnframt athugasemd við vísanir til „yfirfyrirsagna“ í frummati fjölmiðlanefndar frá 22. júní, þ.e. að nefndin hafi notað það orð um letur sem birtist fyrir ofan fyrirsagnir umræddra fréttu. Upplýst var að Nútíminn noti ekki yfirfyrirsagnir, heldur sé um að ræða svokallaða flokka sem stýri því fyrst og fremst hvar efni hafni á forsíðu Nútímans.

Þá gerði Fálki útgáfa athugasemd við það frummat fjölmiðlanefndar að viðskiptaboðin hefðu ekki verið skýrt afmörkuð frá öðru efni. Væri tekið fram að ákveðin fyrirtæki hafi „tekið höndum saman“ með Nútímanum um að láta tiltekið efni verða að veruleika þá hljóti lesendum að vera ljóst að aðkoma fyrirtækjanna að umfjölluninni sé einhver.

Í bréfinu lýsti Fálki útgáfa yfir vonbrigðum með að viðleitni Nútímans til upplýsa lesendur um kostun efnis, með þeim úrræðum sem Facebook og Twitter bjóði upp á í þeim tilgangi, hafi ekki verið tekin til greina af fjölmiðlanefnd.

Loks upplýsti Fálki útgáfa að tekjur Nútímans af umfjöllun um Meistaramánuð Íslandsbanka, í samstarfi við Domino's hafi verið samtals [...]. Áætlaður kostnaður Nútímans við hugmyndavinnu, framleiðslu, birtingu og annað sem fylgt hafi umfjölluninni hafi verið um [...] og hafi Nútíminn því hagnast um [...] af umfjölluninni.



FJÖLMIÐLANEFND

III. Álit fjölmiðlanefndar

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.

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. Samkvæmt 2. mgr. 37. gr. sömu laga eru dulin viðskiptaboð óheimil.

Ákvæði 37. gr. laga um fjölmiðla gildir um alla fjölmiðla í lögsögu íslenska ríkisins, þar á meðal vefmiðla. Í greinargerð með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir m.a. um 37. gr. að aðgreining viðskiptaorðsendinga og fjarkaupa frá því efni sem lýtur ritstjórnarábyrgð viðkomandi fjölmiðlaþjónustuveitanda sé grundvallarþáttur í neytendavernd á fjölmiðlamarkaði. Í umfjöllun um 2. mgr. 37. gr. segir að í ljósi sjónarmiða um aukna neytendavernd verði að gera þá fortakslausu kröfu til fjölmiðlaþjónustuveitanda að þeir tryggji að neytendum sé ljóst hvenær um viðskiptaorðsendingar sé að ræða.

Vert er að benda á að fjölmiðlanefnd gaf árið 2015 út leiðbeiningar um bann við duldum auglýsingum og kostun og vöruinnsetningu í hljóð og myndefni í þeim tilgangi að upplýsa starfsfólk og stjórnendur fjölmiðla um gildandi reglur og túlkun fjölmiðlanefndar á þeim. Í þriðja kafla leiðbeininganna er m.a. fjallað um bann við duldum viðskiptaboðum. Þar segir að með duldum viðskiptaboðum sé átt við kynningu sem þjónar auglýsingamarkmiðum en gæti villt um fyrir neytendum með þeim hætti að þeir átti sig ekki á því að um keypta umfjöllun sé að ræða. Þarna sé átt við kynningu í máli eða myndum, á vörum, þjónustu, heiti, vörumerki eða starfsemi aðila sem framleiðir vöru eða veitir þjónustu.

Þá segir í leiðbeiningum fjölmiðlanefndar að tryggja þurfi að neytendum sé alveg ljóst hvaða greinar og efnisþættir í fjölmiðlum séu viðskiptaboð. Því þurfi að merkja hverja keypta grein, viðtal, vörukynningu eða annars konar umfjöllun með skýrum hætti, t.d. með orðunum „kynning“, „keypt umfjöllun“ eða „auglýsing“.

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

2.

Samkvæmt upplýsingum frá Fálka útgáfu var myndböndum með áhrifavaldinum Guðrúnu Veigu miðlað á vef Nútímans og á samfélagsmiðlasíðum Nútímans í febrúar og mars 2018 gegn greiðslu frá Domino's annars vegar og Íslandsbanka hins vegar. Af því leiðir að myndböndin og tengd umfjöllun Nútímans telst til viðskiptaboða skv. lögum um fjölmiðla, sbr. 40. tölul. 1. mgr. 2. gr. laganna.

Myndböndin og tengd umfjöllun á Nútímanum voru ekki auðkennd sem viðskiptaboð með skýrum hætti þannig að lesendum og áhorfendum hans mætti ljóst vera að efnið væri ekki alfarið unnið á ritstjórnarlegum forsendum. Sem dæmi voru þau ekki auðkennd með orðinu „auglýsing“ eða „kynning“, líkt og algengt er í prent- og vefmiðlum, sbr. leiðbeiningar fjölmiðlanefndar frá 2015. Í því sambandi skal m.a. bent á að jafnvel þótt fallist megi á að merkingarnar „ad“ og „paid“, í stöðufærslum Nútímans á samfélagsmiðlum, hafi í einhverjum tilvikum átt að gefa lesendum til kynna að um keypta umfjöllun væri að ræða var slíkum merkingum ekki að fara í umfjöllun á vef fjölmiðilsins Nútímans. Auk þess getur fjölmiðlanefnd ekki fallist á að merkingin „ad“, sem mun vera stytting á enska orðinu advertisement, sé ein og sér fullnægjandi merking á keyptri umfjöllun í fjölmiðli sem miðlar efni sínu á íslensku og ætlaður er almenningi hér á landi. Jafnframt getur fjölmiðlanefnd ekki fallist á það að vísan til vörumerkisins Meistaramánuður í stöðufærslu á Facebook, með orðunum „Nútíminn with Meistaramánuður“ teljist fullnægjandi auðkenning viðskiptaboða sem greidd eru af Íslandsbanka. Að mati nefndarinnar er ekki hægt að ganga út frá því að lesendum sé almennt kunnugt um tengsl Meistaramánaðar og Íslandsbanka. Loks er til þess að líta að jafnvel þótt nafni vöru eða fyrirtækis bregði fyrir í umfjöllun, eða samstarfi tiltekinna aðila sé lýst, jafngildir það ekki yfirlýsingu um að um keypta umfjöllun sé að ræða.

Þá var á það bent í svari Fálka útgáfu að Facebook bjóði fjölmiðlum upp á að tilgreina ef efni sé kostað þegar færslur séu birtar. Þetta hafi Nútíminn nýtt sér samviskusamlega með því að taka fram að færslan væri birt „með“ Meistaramánuði, sem sé vörumerki í eigu Íslandsbanka.

Að öllu framangreindu virtu er það álit fjölmiðlanefndar að umfjöllun um Domino's pizzur og Meistaramánuð Íslandsbanka í vefmiðlinum Nútímanum, sem miðlað var 1. og 15. febrúar og 1. mars 2018, falli undir hugtakið viðskiptaboð, eins og það hugtak er skilgreint í lögum um fjölmiðla og hafi þau viðskiptaboð ekki verið afmörkuð frá ritstjórnarefni með skýrum hætti, líkt og áskilnaður er um í 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Því er það álit nefndarinnar að um dulin viðskiptaboð hafi verið að ræða og hafi Fálki útgáfa þannig brotið gegn 1. og 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla með miðlun myndbandanna og tengdri umfjöllun á vef Nútímans.



FJÖLMIÐLANEFND

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. og 2. mgr. 37. gr. Við ákvörðun sektar skal m.a. tekið tillit til alvarleika brots og tekna fjölmiðlaveitna af broti þegar það á við. Þó má falla frá sektarákvörðun teljist brot óverulegt eða af öðrum ástæðum er ekki talin þörf á beitingu sekta, sbr. 5. mgr. 54. gr. Í slíku tilviki er fjölmiðlanefnd heimilt að ljúka málsmeðferð með útgáfu álits sem birt er á vefsíðu hennar.

Í ljósi þess að Fálki útgáfa ehf. hefur ekki áður gerst brotlegt gegn ákvæðum laga um fjölmiðla, auk þess sem fyrir liggur að Fálki útgáfa gætti að nokkru að auðkenningu viðskiptaboða á miðli sínum og í stöðufærslum á samfélagsmiðlasíðum Nútímans, þótt framkvæmd hafi verið ábótavant, telur fjölmiðlanefnd rétt og eðlilegt að Fálka útgáfu sé gefið færi á að gera viðeigandi úrbætur á merkingum viðskiptaboða í vefmiðlinum Nútímanum, í samræmi við ákvæði laga um fjölmiðla og leiðbeiningar fjölmiðlanefndar. Því er það niðurstaða fjölmiðlanefndar að falla frá sektarákvörðun í málinu.

3.

Álit fjölmiðlanefndar er að Fálki útgáfa ehf. hafi brotið gegn 1. og 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla með miðlun myndbanda og tengdri umfjöllun um Domino's pizzur og Meistaramánuð Íslandsbanka í vefmiðlinum Nútímanum, sem miðlað var 1. og 15. febrúar og 1. mars 2018.

Með vísan til 5. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla er fallið frá ákvörðun um stjórnvaldssekt í máli þessu.

Hulda Árnadóttir

Halldóra Þorsteinsdóttir

Björn Vignir Sigurpálsson

Finnur Beck

Róbert H. Haraldsson