



## FJÖLMIÐLANEFND

21. október 2021  
Ákvörðun nr. 4/2021

### **Dulin viðskiptaboð, vöruinnsetningar, viðskiptaboð fyrir áfengi og kostað efni í þáttunum Rauðvín og klakar á Stöð 2 eSport og á Vísi**

#### **I. Málsvik**

Fjölmiðlanefnd barst ábending í nóvember 2020 þar sem vakin var athygli á myndefni á Stöð 2 eSport. Í ábendingunni kom m.a. fram að á Stöð 2 eSport mætti finna efni sem bryti gegn lögum um fjölmiðla nr. 38/2011 (hér eftir lög um fjölmiðla). Í kjölfar ábendingarinnar tók Fjölmiðlanefnd til skoðunar myndefni á Stöð 2 eSport, þar á meðal þættina Rauðvín og klaka.

Frá september 2020 til maí 2021 voru þættirnir Rauðvín og klakar sýndir á Stöð 2 eSport og Vísi, fyrst á miðvikudagskvöldum en síðar á fimmtudagskvöldum. Um var að ræða beint streymi frá tölvuleikjum og varð tölvuleikurinn Call of Duty: Warzone yfirleitt fyrir valinu. Upphafleg útsending var á mynddeiliveitunni Twitch en henni var streymt samtímis á Stöð 2 eSport og Vísi. Í kynningu á þáttunum á Vísi segir m.a:

*„Þátturinn Rauðvín og klakar er á dagskrá á Stöð 2 eSport klukkan 21 í kvöld en þar spilar Steinþór Hrór Steinþórsson tölvuleiki með vinum sínum og drekkur eina rauðvínsflösku með. Áhorfendur geta fylgst með í gegnum Stöð 2 eSport og einnig hér á Vísi og Twitch. Streymi Steinda og féлага á Twitch er stærsta leikjastreymi landsins og hafa þeir félagar staðið fyrir flugeldasýningu öll fimmtudagskvöld klukkan 21. Steindi hvetur fólk til þess að ekki bara fylgjast með heldur einnig að taka þátt í umræðunni í spjallinu við útsendinguna á Twitch en þeir félagar spila í rauntíma.“*

Þáttastjórnendur voru fjórir og spiluðu leikina saman hver frá sínu heimili. Var skjámynd skipt í fernt í upphafi hvers þáttar og milli tölvuleikja, og fékk þá vefmyndavél hvers þáttastjórnanda sitt



## FJÖLMÍÐLANEFND

pláss í einu horni skjásins. Þegar leikur var í gangi var útsendingu streymt til skiptis frá tölvuskjám þáttastjórnenda. Var útsending frá vefmyndavél þess spilara sem var í mynd hverju sinni þá sýnd í smækkaðri mynd vinstra megin á skjánum, yfir streymi frá tölvuleiknum sjálfum. Hver þáttur var yfirleitt 3-4 klst. að lengd.

Í kjölfar ábendingarinnar athugaði Fjölmiðlanefnd níu þætti af Rauðvíni og klökum. Var um að ræða þætti sem sýndir voru 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020, 3. desember 2020, 10. desember 2020, 17. desember 2020, 11. febrúar 2021, 18. febrúar 2021, 25. febrúar 2021 og 8. apríl 2021.

Kostendur framangreindra þátta voru Ölgerðin, Freyja og Domino's. Á meðan á streymi stóð, og sýnt var frá skjá spilara, mátti sjá vörumerki kostenda bregða fyrir í mynd vinstra megin á skjánum. Birtust merkin til skiptis og mátti m.a. sjá vörumerki Mountain Dew, Red Bull, Doritos, Freyju Djúpur, Freyju Kraftur og Domino's. Í bakgrunni þáttastjórnenda mátti einnig sjá uppstilltar vörur frá Ölgerðinni og Freyju, þar á meðal poka af Doritos snakki, flöskur af Mountain Dew, ísskáp merktan Red Bull, með dósum af Red Bull, poka af Djúpum og Sterkum Djúpum, kassa af Krafti, kassa af Draumi og kassa af mjólkursúkkulaði. Í þáttum sem sýndir voru 19. nóvember 2020 og 26. nóvember 2020 mátti sjá flöskur af rauðvíninu Piccini Memoro í bakgrunni þáttastjórnenda og í þætti sem sýndur var 3. desember 2020 mátti sjá flöskur af rauðvíninu Masi Campofiorin. Báðar rauðvínstegundir eru innfluttar af Ölgerðinni.

Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 19. nóvember 2020 var sérstök athygli vakin á og rætt um rauðvínið Piccini Memoro eftir að rúmlega sex mínútur voru liðnar af útsendingu þáttarins:

**06:08 – Þáttastjórnandi 1:** „Heyrðu drengir ég verð aðeins að koma inn á það, ég er að drekka ... hverju eru þið að beita? Ég fór áfram í Piccini Memoro.“ (ber flösku af rauðvíninu Piccini Memoro að vefmyndavélinni og snýr miðanum að vélinni)

**Þáttastjórnandi 3:** „Sama hér, skál fyrir því.“

**Þáttastjórnandi 1:** „Ég ætla að taka þessa flösku í kvöld. Hún er geggjuð, með einhvers konar verðlaun hérna, það stendur allavega „Gull 2019“, fékk eitthvað gull á einhverri góðri vínhátíð. Hún kostar ekki mikið, kostar 2.000 kall í Ríkinu, mæli með henni. Ég ætla að drekka hana í kvöld.“

Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 26. nóvember 2020 var aftur vakin sérstök athygli á og rætt um rauðvínið Piccini Memoro. Einnig var rauðvín frá framleiðandanum Masi nefnt. Áttu eftirfarandi samræður sér stað þegar tæplega fjórar mínútur voru liðnar af útsendingu þáttarins:



## FJÖLMIÐLANEFND

**03:43 – Þáttastjórnandi 1:** „Heyrðu við ætlum að vinna með Piccini, Piccini Memoro í kvöld eins og síðasta streymi (sýnir flösku af rauðvíninu Piccini Memoro, aðrir þáttastjórnendur grípa inn í og leiðréttu hvernig nafn rauðvínins er borið fram). Heyrðu drengir, ég er reyndar með rosalegar fréttir af Memoro-inu maður, Piccini. Þú getur ekki fengið þetta á Íslandi lengur. Uppselt á Íslandi. Eða þú veist það er kannski hægt að finna einhverja eina og eina flösku, ég veit það ekki, en þetta er uppselt.“

**Þáttastjórnandi 4:** „Hjá, hjá innflytjanda kannski ...“

**Þáttastjórnandi 1:** „Já.“

**Þáttastjórnandi 4:** „En það er hægt að finna þetta í Ríkinu. Ég er búinn að fá þetta ... systir hans Óla sendi okkur mynd hérna á Instagrammið og hún var komin í Piccini Memoro og var farin að hita upp fyrir kvöldið núna áðan.“

**Þáttastjórnandi 1:** „Já, nefnilega. Ég hérna, það er vel gert, ég sko ég held að fólk verði, ja, bara að vera á tánum þegar næsta sending kemur því þetta vín er drullugott. Og málið er ég er líka mikill Masi maður, ég mæli líka með því. Ég er mikill Masi maður og við náttúrulega erum að taka vínsmökkun í leiðinni og erum alveg ófheimnir við að láta tegundir heyra það. Það hefur nú alveg gerst. En þetta er bara drullugott.“

Síðar í sama þætti ber einn þáttastjórnandi flösku af rauðvíninu Piccini Memoro sérstaklega að vefmyndavélinni og vekur athygli á henni með því að benda og banka á merkimiða flöskunnar með nafni hennar. Einnig fá þáttastjórnendur sér „jello skot“ í þættinum en innihald þeirra er m.a. nammi frá Freyju og Baileys líkjör. Innflytjandi Baileys er Ölgerðin.

Í þætti Rauðvín og klaka sem sýndur var 3. desember 2020 var vakin sérstök athygli á og rætt um rauðvínið Masi Campofiorin. Einnig var rauðvínið Piccini Memoro nefnt. Áttu eftirfarandi samræður sér stað þegar um þrjár og hálf mínúta var liðin af útsendingu þáttarins:

**03:30 – Þáttastjórnandi 1:** „Heyrðu drengir, mig langar að byrja á því að skála. Stærsta partyið er á fimmtudagskvöldum. Ég veit það er fullt af fólki sem fór í Ríkið og keypti sér rauðvín. Og við erum ... eða ég ... ég veit ekki hvað þið eruð að gera. Ég sko ... hlýddu þið hérna ... við vorum alltaf að meta ... við ætluðum að vera í smakkinu, fóru þið í Ríkið strákar og keyptuð ykkur Masi?“

**Þáttastjórnandi 3:** (ber flösku af rauðvíninu Masi Campofiorin að vefmyndavélinni og snýr miðanum að vélinni)

**Þáttastjórnandi 2:** (innskot varðandi streymið vegna hljóðtruflana)

**Þáttastjórnandi 1:** „Heyrðu það er Masi í kvöld. Flaskan lítur svona út (ber flösku af rauðvíninu Masi Campofiorin að vefmyndavélinni og snýr miðanum að vélinni). Hún kostar held ég 2.500 kall í Ríkinu og þetta er svona uppáhalds, þetta er uppáhalds rauðvínið mitt. Staðfest.“

**Þáttastjórnandi 4:** „Já.“

**Þáttastjórnandi 2:** „Steindi? Ef þú lítur snöggt á flöskuna, hvað heitir hún?“



## FJÖLMÍÐLANEFND

**Páttastjórnandi 1:** „Ha? Hún heitir Masi. Ég kalla hana bara Masi (reynir svo að bara fram allt heitið sem er Masi Campofiorin). Nei ég veit það ekki.“

**Páttastjórnandi 2:** „Þetta er bara hárrétt hjá þér held ég.“

**Páttastjórnandi 1:** „En þetta, við ætlum að beita þessu í kvöld.“

**Páttastjórnandi 4:** „Þetta er alveg skuggalegt, skuggalegt rauðvín.“

**Páttastjórnandi 1:** „Við vorum að beita ... í síðasta þætti beittum við Piccini, Piccini Memoro. Ég er að læra þetta drengir.“

**Páttastjórnandi 2:** „Það er rétt.“

**Páttastjórnandi 1:** „En núna erum við í Masi.“

Í sama þætti sem sýndur var 3. desember 2020 var einnig vakin sérstök athygli á og rætt um Mountain Dew frá Ölgerðinni eftir að rúmlega sex mínútur voru liðnar af útsendingu þáttarins:

**06:03 - Páttastjórnandi 4:** „Við ákváðum að henda í með Ölgerðinni að breyta aðeins til. Við erum að vinna með Mountain Dew (teygir sig aftur fyrir sig og nær í eina flösku af Mountain Dew).“

**Páttastjórnandi 1:** „Heyrðu, það kom pressa frá chattinu. Það voru Mountain Dew-arar með vesen þannig að það var breytt yfir í Mountain Dew. Í bili.“

**Páttastjórnandi 4:** „Skemmtileg tilviljun er það að á Mountain Dew flöskunum er hérna ... er hægt að ná sér í Double XP í dag (ber flösku af Mountain Dew upp að vefmyndavélinni og sýnir). Það er kóði innan á miðunum og þar geturðu náð þér í Double XP (ber flöskuna aftur upp að vefmyndavélinni). Ég var að lesa á flöskuna áðan og sá þessa skemmtilegu staðreynd, sá þarna Cold War grafík (ber flöskuna aftur upp að vefmyndavélinni) og innan á miðanum er sem sagt hérna Double XP kóði fyrir þig þannig að þú getur Double XP-að þig í gang.“

**Páttastjórnandi 1:** „What? Ef þú kaupir þér eina Mountain Dew geturðu fengið Double XP? Eða þarftu að lenda á réttu flöskunni?“

**Páttastjórnandi 4:** „Nei, nei, færð bara Double XP. Ég veit ekki hvað það gildir lengi, ég er ekki búinn að skoða það en þetta er Double XP allavega í eina klukkustund á hvern spilara á dag. Þú getur keypt þér mest 40 ... þú getur notað mest 40 svona kóða bara svo þið vitið af því.“

**Páttastjórnandi 1:** „Þannig að hver og einn getur keypt sér 40 flöskur fyrir Double XP í Cold War.“

Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 18. febrúar 2021 var sérstök athygli vakin á og rætt um mjólkursúkkulaði frá Freyju eftir að tæplega þrjár mínútur voru liðnar af útsendingu þáttarins:

**02:55 - Páttastjórnandi 4:** „Chattið er í banastuði maður. Ég er strax búinn að spotta spurninguna hvort að plötturnar séu ekki komnar í einhverjar búðir. Plötturnar eru staðfest komnar í nokkrar verslanir. Þannig að þið getið jú fundið plötturnar strax í nokkrum verslunum og í ennþá fleiri



## FJÖLMÍÐLANEFND

verslunum eftir helgi. Það er bara endilega að henda sér út í búð maður, þetta er ekkert vandamál, ekkert vandamál.“

**Þáttstjórnandi 3:** „Pétur, talaðu okkur aðeins í gegnum þetta. Nú sá ég þetta í dag og ég varð gríðarlega spenntur. Ég elska alltaf nýtt nammi og því miður komst ég ekki ... lágu leiðir okkar ekki saman í dag til að pikka upp eina plötu.“

**Þáttstjórnandi 2:** „Ég kíkta í Bónus, ekki til.“

**Þáttstjórnandi 4:** „Nei, hún er ekki komin í Bónus, hún er ekki komin í Bónus.“

**Þáttstjórnandi 3:** „En hvernig er þetta? Talaðu okkur aðeins í gegnum þetta. Geturðu sýnt okkur plötuna, ég er mjög spenntur.“

**Þáttstjórnandi 4:** „Já, ég skal gera það. Þetta er rosalegt stöff (teygir sig aftur fyrir sig og nær í Freyju súkkulaðiþlötur). Þetta er algjörlega nýtt (ber súkkulaðiþlötur í umbúðunum að vefmyndavélinni og sýnir í miðri mynd). Þessi plata, þetta er 100 gramma súkkulaðiþlata og hún er god damn delicious. Það sem við erum að tala um hérna er að með þessari plötu (setur plötuna niður) er Freyja að fara inn á súkkulaðiþlötumarkaðinn að nýju. Ég veit ekki hvort einhverjir muna eftir Valencia í chattinu eða hvort að þið ... þú manst pottþétt eftir því Óli, þú ert náttúrulega eldri en tíminn.“

**Þáttstjórnandi 3:** „Ég man ... ég elska þig maður ... Valencia, ég veit að Valencia ... djöfullinn, eru þið hættir með Valencia?“

**Þáttstjórnandi 2:** „Var það íslenskt?“

**Þáttstjórnandi 4:** „Við erum að tala um, hérna sjáið þið sko (opnar umbúðirnar og ber súkkulaðið að vefmyndavélinni). Þetta er Djúpu platan.“

**Þáttstjórnandi 3:** „Shit, þetta er eins og domino kubbar.“

**Þáttstjórnandi 4:** „Þetta er með svona pínulitlum svona Freyju Djúpum. Svona miniature version, í rauninni þeir sem hafa borðað Djúpuegg og Sterkt Djúpuegg ættu að kannast við þetta. Ég ætla að sýna ykkur örsnöggt Sterk Djúpu plötuna líka. Þetta er nefnilega ekki bara eitthvað kurl og eitthvað pipar og eitthvað kjaftæði, þetta eru actually mini Djúpur og mini Sterkar Djúpur. Hérna sjáið þið Sterku Djúpuna (opnar umbúðirnar og ber súkkulaðið að vefmyndavélinni). Sterkar Djúpur út um allt sko. Alveg í öllum kubbum og vel útilátið. Þetta eru eintóm gæði, þetta eru eintóm gæði.“

**Þáttstjórnandi 3:** „Okey, þú segir 100 grömm. Fyrir leikmann eru það þessar klassísku plötur sem þú færð út í búð? Er það sú stærð?“

**Þáttstjórnandi 4:** „Já, plöturnar eru svona frá 90 grömmum og alveg upp í 150 grömm reyndar, sem þú færð úti í búð, þessar í þessari stærð sko, í þessari svona hefðbundnu stærð (ber súkkulaðiþlötur í umbúðunum að vefmyndavélinni).“

Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 8. apríl 2021 var sérstök athygli vakin á og rætt um Domino's og „Meat & Cheese gott“ frá fyrirtækinu eftir að tæplega fjórar mínútur og 20 sekúndur voru liðnar af útsendingu þáttarins:



## FJÖLMIÐLANEFND

**04:18 - Þáttastjórnandi 1:** „Við erum hér að sjálfsögðu í boði Red Bull, Doritos, Freyju og ... er ég að gleyma einhverju? Er ég að gleyma einhverju?“

**Þáttastjórnandi 4:** „Red Bull, Doritos, Freyju og Domino‘s.“

**Þáttastjórnandi 1:** „Domino‘s! Og heyrðu þá er nú ágætt líka að koma inn á kóðann okkar, „ROK“ kóðann. Ef þú ætlar að panta þér pítsu í appinu og ætlar að sækja hana, þú verður að sækja hana, gerðu „ROK“, settu kóðann „ROK“ áður en þú klárar pöntunina og þú færð 40% af pítsunni þinni og þessi kóði virkar alltaf drengir.“

**Þáttastjórnandi 3:** „Heyrðu ég gerði það áðan og fékk mér Meat & Cheese gottið. Þetta var bara eins og að fara í sleik við himnaríki, þetta var rosalegt.“

**Þáttastjórnandi 1:** „Meat & Cheese gott, er það nýtt eða?“

**Þáttastjórnandi 3:** „Já, það er svakalegt.“

**Þáttastjórnandi 1:** „Hvað er að gerast í þessu.“

**Þáttastjórnandi 3:** „Já, maður bara lygnir aftur augunum sko. Þetta er svakalegt.“

Fyrrgreindar umræður eru ekki einu dæmi þess að sérstök athygli hafi verið vakin á vörum kostenda þáttanna Rauðvíns og klaka og rætt um þær af þáttastjórnendum. Svipaðar umræður mátti t.d. finna um vörur Domino‘s í þætti sem sýndur var 10. desember 2020 og um vörur Freyju í þætti sem sýndur var 11. mars 2021.

Þann 19. maí 2021 óskaði Fjölmiðlanefnd eftir afriti af þáttum Rauðvíns og klaka sem sýndir voru frá september 2020 til 19. nóvember 2020 en nokkrir þættir sem sýndir voru á þessu tímabili voru ekki lengur aðgengilegir. Í fyrstu tveimur þáttunum, sem sýndir voru 30. september 2020 og 7. október 2020, voru engir kostendur. Tilkynnt var um Freyju sem kostanda þáttanna í þætti sem sýndur var 14. október 2020 og eftir þann þátt birtust vörur frá fyrirtækinu í bakgrunni þáttastjórnenda. Í fyrrgreindum fyrstu þremur þáttum og þætti sem sýndur var 21. október 2020 voru þáttastjórnendur að drekka a.m.k. fjórar mismunandi vintegundir, þ.e. Masi Masienco, Masi Campofiorin, Las Moras og Jean Loron Bourgogne Pinot Noir. Innflytjendur þessara rauðvínstegunda eru Ölgerðin, Coca-Cola European Partners Ísland ehf. og JK ehf.

Í þætti sem sýndur var 30. september 2020 mátti heyra einn þáttastjórnanda segja eftirfarandi:

**04:18 - Þáttastjórnandi 1:** „Strákar, vitiði hvað við verðum að gera? Við verðum að redda okkur rauðvíns-sponsi. Við getum ekki verið að kaupa okkur rauðvín einu sinni í viku, við eigum eftir að fara á hausinn miðað við magnið sem við erum að drekka hérna.“ (Annar þáttastjórnandi: „Já, það er hræðilegt sko.“)

Í þætti sem sýndur var 7. október 2020 má heyra einn þáttastjórnanda segja eftirfarandi:



## FJÖLMIÐLANEFND

**12:21 - Þáttastjórnandi 1:** „Svo væri náttúrulega tilvalið að fá strákar einhvern styrktaraðila inn sem er með rauðvín. Þetta er farið að taka á budduna, að vera hérna ... ég þurfti að kaupa mér bara rauðvínsbelju.“ (Annar þáttastjórnandi: „Sammála því“.)

Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 5. nóvember 2020 kom fram að tveir kostunaraðilar hafi bæst við þáttinn, annars vegar Ölgerðin og hins vegar Domino's. Í þeim þætti var sérstök athygli vakin á og rætt um rauðvínið Piccini Memoro. Var flaska af rauðvíninu borin upp að vefmyndavélinni, tekið fram hvað vínið kostar og að það sé ódýrt. Einnig kom fram hvar vínið fæst, minnst á bragðgæði þess og tekið fram að það sé „auðdrekkanlegt“. Aftur var sérstök athygli vakin á og rætt um rauðvínið Piccini Memoro í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 12. nóvember 2020. Var flaskan borin upp að vefmyndavélinni, tekið fram hversu gott vínið væri, hvað það kostar og hvar það fæst.

## II. Málsmeðferð og sjónarmið málsaðila

### 1.

Á fundi Fjölmiðlanefndar dags. 9. desember 2020 var samþykkt að óska eftir upplýsingum og sjónarmiðum Sýnar hf. (hér eftir Sýn), fjölmiðlaveitu Stöð 2 eSport og Vísi, vegna ábendingar sem barst nefndinni í nóvember 2020 um myndefni á Stöð 2 eSport. Í ábendingunni kom fram að sendandi hennar vildi vekja athygli á Stöð 2 eSport og því myndefni sem þar væri til sýninga. Að mati hans væri efni stöðvarinnar ekki í samræmi við lög um fjölmiðla. Í ábendingunni var almennt vísað til myndefnis á Stöð 2 eSport en ekki til einstakra þátta sem sýndir væru á stöðinni. Í kjölfar ábendingarinnar athuguðu starfsmenn Fjölmiðlanefndar myndefni á Stöð 2 eSport og veittu því athygli að í þáttunum Rauðvín og klakar væri hugsanlega að finna dulin viðskiptaboð og viðskiptaboð fyrir áfengi. Benti framsetning og umfjöllun um vörur í þáttunum til þess að um viðskiptaboð gæti verið að ræða í skilningi laga um fjölmiðla. Í erindi Fjölmiðlanefndar til Sýnar dags. 10. desember 2020 var því óskað eftir upplýsingum og sjónarmiðum vegna ætlaðra dulinna viðskiptaboða og viðskiptaboða fyrir áfengi í þáttunum Rauðvín og klakar sem sýndir væru á Stöð eSport og Vísi. Var þess óskað að svör Sýnar myndu berast eigi síðar en 22. desember 2020.

Með tölvupósti dags. 18. desember 2020 bárust svör við erindi Fjölmiðlanefndar frá Sýn. Í þeim kom fram að Sýn hefði óskað eftir svörum frá Gamers ehf. (hér eftir Gamers) sem væru framleiðendur þáttanna Rauðvín og klakar, vegna erindis Fjölmiðlanefndar. Fylgdu svör Gamers í viðhengi við tölvupóst Sýnar. Í svörum Sýnar kom fram að ekki hafi verið ætlunin að brjóta gegn



## FJÖLMIÐLANEFND

lögum um fjölmiðla. Var tekið fram að þáttastjórnendur Rauðvíns og klaka væru jafnframt framleiðendur þáttanna. Í svörum Gamers mætti finna þeirra lýsingu á atvikum þar sem fram kæmi að um yfirsjón og mistök hafi verið að ræða, enda hafi engin greiðsla átt sér stað fyrir kynningu á rauðvíni eða annars konar áfengi. Ekki hafi verið ætlunin að vera með dulin viðskiptaboð í þáttunum og skýrt tekið fram af þáttastjórnendum hverjir væri samstarfsaðilar þáttarins. Fram kom í svörum Sýnar að skerpt yrði á verklagi og fyrirvari um vöruinnsetningar í dagskrárlíð birtur í upphafi þáttar. Í svörum Gamers kom m.a. fram að þáttastjórnendum þætti leitt í hvaða farveg þetta mál hafi farið þar sem það væri þeirra markmið að fylgja lögum og reglum og sýna þá ábyrgð sem nauðsynleg væri til að stýra sjónvarpsþætti. Varðandi myndefni sem sýndi áfengi hafi þáttastjórnendur verið að bregðast við fyrirspurnum í beinni útsendingu sem upp hafi komið á spjallborði þáttarins. Hafi þáttastjórnendum orðið á mistök í hita leiksins sem verði ekki endurtekin. Þáttastjórnendur hafi ekki fengið greitt frá þriðja aðila fyrir að fjalla um áfengi. Var tekið fram að útsending þáttarins væri óvenjuleg þar sem þáttastjórnendur væru hver í sínu lagi að senda út frá sínu heimili. Varðandi vöruinnsetningar almennt kom fram í svörum Gamers að kostendur þáttarins væru nefndir margoft í útsendingunni og vörumerki þeirra birt reglulega á skjánum. Enginn ætti því að vera í vafa um hverjir væru kostendur þáttarins. Að lokum kom fram að Gamers vildi ítreka hversu leiðinlegt stjórnendum þáttarins þætti að málið hafi farið í þennan farveg og muni þeir leggja sig alla fram um að það endurtaki sig ekki. Muni þeir fagna öllum ábendingum um hvað megi betur fara framvegis.

## 2.

Á fundi Fjölmiðlanefndar 15. janúar 2021 voru svör Sýnar ásamt svörum Gamers dags. 18. desember 2020 lögð fyrir nefndina. Þar sem að ekki hafði komið fram í svörum Sýnar hvort svör Gamers endurspegluðu sjónarmið Sýnar í málinu var samþykkt að óska eftir staðfestingu á því frá Sýn. Einnig var samþykkt að í sama erindi yrði minnt á reglur laga um fjölmiðla um kostun og vöruinnsetningu.

Með tölvupósti dags. 29. janúar 2021 óskaði Fjölmiðlanefnd eftir upplýsingum og eftir atvikum staðfestingu á því hvort sjónarmið Gamers endurspegluðu sjónarmið Sýnar og hvort leggja mætti svör Gamers til grundvallar í málinu. Var þess óskað að svör Sýnar myndu berast eigi síðar en 10. febrúar 2021. Var einnig minnt á reglur laga um fjölmiðla um kostun og vöruinnsetningu.

Með tölvupósti dags. 10. febrúar 2021 bárust svör Sýnar. Í þeim kom fram að Sýn tæki undir framangreind sjónarmið Gamers. Auk þess teldi Sýn rétt að koma á framfæri að því væri hafnað





## FJÖLMIÐLANEFND

að þátturinn Rauðvín og klakar, sem sýndur var 3. desember sl., hafi innihaldið dulin viðskiptaboð. Hafi verið rækilega tekið fram í orðum, bæði í upphafi þáttar og við lok hans, hverjir væru kostendur þáttarins. Hins vegar yrði skerpt á verklagi vegna þessarar ábendingar og fyrirvari um vöruinnsetningar í dagskrárlið birtur í upphafi þáttar. Varðandi framsetningu á áfengi í þáttunum kunni að vera að þáttastjórnendur og framleiðandi þáttanna hafi farið ógætilega, sbr. fyrri svör Gamers. Efnistöð Stöð 2 eSport væru óhefðbundin og ekki væri unnið eftir fyrirfram gerðu handriti. Sýn hefði þannig ekkert ritstjórnarlegt vald yfir því sem þar færi fram. Hins vegar hafi því verið beint til þáttastjórnenda og framleiðanda þáttanna Rauðvíns og klaka að framvegis yrðu vörumerki einstakra rauðvínstegunda ekki kynnt eða sett fram með sambærilegum hætti og gert hafi verið fyrir mistök. Að lokum kom fram í svörum Sýnar að með hliðsjón af því að Stöð 2 eSport væri tilraunaverkefni í fjölmiðlaflóru, sem ætti mjög undir högg að sækja í samkeppni við RÚV og erlendar efnisveitur, og að teknu tilliti til takmarkaðs ritstjórnarlegs valds Sýnar á þessum tiltekna þætti Rauðvíns og klaka, væri þess farið á leit við Fjölmiðlanefnd að málið yrði fellt niður.

Fjölmiðlanefnd svaraði Sýn með tölvupósti dags. 10. febrúar 2021 Var Sýn upplýst um að svör félagsins yrðu lögð fyrir Fjölmiðlanefnd á næsta fundi hennar.

### 3.

Svör Sýnar voru lögð fyrir Fjölmiðlanefnd á fundi hennar 12. febrúar 2021. Í ljósi þeirra svara var samþykkt að senda erindi á Ölgerðina og óska eftir upplýsingum um það hvort Ölgerðin hafi látið þáttastjórnendum Rauðvíns og klaka eða Sýn í té áfengar vörutegundir án endurgjalds eða hvort greitt hafi verið fyrir þær eða reikningar endurgreiddir vegna kaupa á þeim. Hafi verið greitt fyrir vörurnar yrði óskað eftir staðfestingu á því. Framsetning og umfjöllun um áfengi í þáttunum væri með þeim hætti að hún gæti talist til viðskiptaboða samkvæmt lögum um fjölmiðla en viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi eru óheimil, sbr. 1. málsl. 4. mgr. 37. gr. laganna. Var einnig samþykkt að óska eftir afriti af samningi Ölgerðarinnar og Sýnar eða eftir atvikum Ölgerðarinnar og Gamers, vegna viðskiptaboða sem birst hafi í þáttunum Rauðvín og klakar. Var erindið dags. 22. febrúar 2021 sent Ölgerðinni og þess óskað að svör Ölgerðarinnar bærust eigi síðar en 10. mars 2021.

Svör f.h. Ölgerðarinnar bárust með tölvupósti dags. 10. mars. sl. Í þeim kom fram að Ölgerðin hafi gert samkomulag um að vörur fyrirtækisins, þ.e. Doritos, Red Bull o.fl., yrðu gerðar sýnilegar í efni sem birtist á Twitch undir heitinu Rauðvín og klakar. Ekkert skriflegt samkomulag hafi verið gert sem væri hægt að afhenda. Það væri þvert á vilja Ölgerðarinnar að áfengi, sem fyrirtækið flytji inn til landsins, yrði gert sýnilegt í þáttunum og hafi fyrirtækið því sérstaklega óskað eftir því að



## FJÖLMIÐLANEFND

Það yrði ekki gert. Ölgerðin hafi ekki gert samninga eða verið í samskiptum við fjölmiðla eins Stöð 2 eSport og Vísi vegna þess efnis sem um ræði. Samskipti Ölgerðarinnar hafi einungis verið við framleiðslufyrirtæki sem framleiði efni til birtinga á Twitch og væri öll síðari birting þess efnis ekki fyrir tilstuðlan Ölgerðarinnar. Var á það bent í svörum Ölgerðarinnar að Twitch félli ekki undir lög um fjölmiðla. Að lokum var ítrekað að Ölgerðin hefði beint því til viðsemjenda sinna að áfengar vörur sem fyrirtækið flytji inn skyldu ekki birtast í þáttunum Rauðvín og klakar.

Á fundi Fjölmiðlanefndar 16. mars 2021 voru svör Ölgerðarinnar dags. 10. mars lögð fyrir nefndina, ásamt minnisblaði með yfirliti yfir viðskiptaboð í þáttunum Rauðvín og klakar. Í ljósi svara Ölgerðarinnar og ábyrgðar Sýnar sem fjölmiðlaveitu Stöð 2 eSport og Vísis, á grundvelli laga um fjölmiðla, var samþykkt að óska eftir andmælum og frekari sjónarmiðum Sýnar með frummati. Á fundum Fjölmiðlanefndar 15. apríl og 12. maí 2021 var málið aftur til umræðu og samþykkt að áfram yrði unnið að frummati í málinu vegna ætlaðra brota á reglum um kostun og vöruinnsetningu og reglum um viðskiptaboð fyrir áfengi.

Þann 19. maí 2021 óskaði Fjölmiðlanefnd eftir afriti af þáttum Rauðvíns og klaka sem sýndir höfðu verið frá september 2020 til og með 19. nóvember 2020. Var óskað eftir afriti af þáttunum þar sem nokkrir þættir á þessu tímabili voru ekki lengur aðgengilegir og ekki var ljóst hversu margir þættir hefðu verið sýndir á tímabilinu á Stöð 2 eSport og Vísi. Bárust afritin 25. maí 2021.

Fjölmiðlanefnd sendi Sýn hf. frummat sitt í málinu dags. 10. júní 2021. Þar fór Fjölmiðlanefnd yfir helstu málsatvik og þau lagasjónarmið sem máli skipta við mat á því hvort Sýn hafi brotið gegn reglum VI. kafla laga um fjölmiðla um kostun og vöruinnsetningu og um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi. Fram kom að Fjölmiðlanefnd vildi veita Sýn færi á að koma á framfæri sjónarmiðum sem kynnu að skipta máli við mat á því hvort brotið hafi verið gegn framangreindum lagareglum. Bent var á að frummatið fæli ekki í sér endanlega afstöðu nefndarinnar til þess hvort Sýn hafi brotið gegn fyrrnefndum reglum. Þær ályktanir sem settar væru fram kynnu að breytast gæfu athugasemdir og skýringar Sýnar tilefni til þess. Þess var óskað að athugasemdir og sjónarmið Sýnar bærust Fjölmiðlanefnd eigi síðar en fimmtudaginn 24. júní 2021.

Í kjölfarið óskaði Sýn eftir fundi með Fjölmiðlanefnd og funduðu starfsmenn nefndarinnar með fulltrúum Sýnar 21. júní 2021. Þann 22. júní 2021 fór Sýn þess á leit að hafnar yrðu viðræður um að ljúka málinu með sátt á grundvelli 52. gr. b. í lögum um fjölmiðla, eða eftir atvikum álit á grundvelli 5. mgr. 54. gr. laganna. Fram kom að beiðnin byggði á því að sakir, væru þær til staðar, teldust ekki miklar þar sem enginn ásetningur hafi verið til brota á hlutaðeigandi ákvæðum, sbr. fyrri svör Sýnar í málinu.



## FJÖLMIÐLANEFND

Beiðni Sýnar var lögð fyrir á fundi Fjölmiðlanefndar 11. ágúst 2021. Taldi nefndin ekki unnt að fallast á framangreind sjónarmið Sýnar og að ekki væru því lagalegar forsendur fyrir því að fallast á sáttarbeiðni. Í því ljósi var samþykkt að veita Sýn tveggja vikna viðbótarfrest til andsvara við frummati Fjölmiðlanefndar. Var þess óskað að svör Sýnar við frummati nefndarinnar bærust eigi síðar en 1. september 2021.

Sjónarmið Sýnar bárust með bréfi dags. 1. september 2021. Þar hafnaði Sýn alfarið að brotið hafi verið gegn 1. og 3. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla. Að mati Sýnar byggir fullyrðing um áhrif kostenda þáttanna á efnistöð á skoðun starfsmanna nefndarinnar á tímalengd umfjöllunar um einstakar vörur. Hafa verði í huga að hver þáttur sé mjög langur. Þannig sé 1-2 mínútna umfjöllun óveruleg í ljósi þess að hver og einn þáttur sé á bilinu 3-4 klst. eða allt að 240 mínútur. Ekki sé hægt að bera það saman við hefðbundna, línulega þætti í sjónvarpi, sem alla jafna séu um 30 mínútur. Af þeirri ástæðu einni telji Sýn að umfjöllun um vörur kostenda í þáttunum beri ekki vott um áhrif kostenda á efnistöð og hvatningu til kaupa á vörum.

Varðandi 2. mgr. 37. gr. um bann við dulduðum viðskiptaboðum og 4. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla um kröfur vegna vöruinnsetninga sagði í svari Sýnar að þar sem umfjöllun um viðkomandi vörur hafi verið óveruleg í samhengi við tímalengd þáttanna hafi umfjöllunin verið í samræmi við a- til c- liði 4. mgr. 39. gr. laganna. Þá byggir Sýn á því að undantekningarregla 5. mgr. 39. gr. eigi fullum fetum við í málinu en þar segir að hafi fjölmiðlaveitan sjálf ekki framleitt það hljóð- og myndmiðlunarefni sem um ræði eða það verið framleitt í umboði fjölmiðlaveitunnar eða í fyrirtæki tengdu henni megi falla frá auðkenningarskyldu skv. d-lið 4. mgr. Fyrir liggir að Sýn sé ekki framleiðandi þáttanna, heldur Gamers. Ekkert í skýringum frumvarpsins breyti því að skýra beri undantekningarreglu 5. mgr. 39. gr. skv. orðanna hljóðan og falla frá auðkenningarskyldunni. Orðalag um að þetta komi einkum til skoðunar þegar efni sé keypt frá ríkjum utan EES bendi til þess að ákvæðið eigi við í fjölbreyttum aðstæðum. Þá er því alfarið hafnað að um dulin viðskiptaboð hafi verið að ræða, enda sé slíkt lítt rökstutt í frummatinu. Einnig er því hafnað að í þáttunum sé að finna viðskiptaboð fyrir áfengi. Fyrir liggir að Ölgerðin hafi ekki keypt auglýsingar til kynningar á hinum áfengu drykkjum. Örstutt umfjöllun í nokkrum þáttum um einstakar rauðvínstegundir uppfylli ekki skilyrði laga þannig að um viðskiptaboð geti verið að ræða.

Þá sagði í svörum Sýnar að svo virtist sem Fjölmiðlanefnd beitti rýmkandi skýringu á ákvæðum laga fjölmiðla í frummati sínu, í beinni andstöðu við hina viðurkenndu lögskýringarreglu að ákvæði sem varði refsikennendum viðurlögum beri að skýra þröngt. Eigi það til að mynda við um ályktanir um of áberandi framsetningu á vörum og vörumerkjum og ályktanir sem dregnar væru af afmörkuðum ummælum af hálfu þáttastjórnenda. Beri af þessari ástæðu að falla frá



## FJÖLMIÐLANEFND

sektarákvörðun í málinu. Auk þess beri að líta til þess að málið varði útsendingu örfárra þátta sem spanni stutt tímabil, haustið 2020 og vorið 2021. Gagnlegt sé að bera þetta saman við ákvörðun Fjölmiðlanefndar nr. 1/2021 um birtingu auglýsinga í tengslum við Krackafréttir, sem varðað hafi brot Ríkisútvarpsins á 5. mgr. 41. gr. laga um fjölmiðla yfir lengra tímabil eða í tæplega sex ár.

Loks var í svörum Sýnar á það bent að við ákvörðun sektar beri Fjölmiðlanefnd að líta til alvarleika brots og tekna af því. Við mat á alvarleika hljóti tímalengd brots að skipta verulegu máli. Þá var vísað til jafnræðisreglu stjórnarsýslulaga. Í lok bréfsins kom fram að hyggist nefndin beita íþyngjandi sektarúrræðum gæti Sýn neyðst til þess að hætta með sjónvarpsstöðina Stöð 2 eSport og senda eingöngu út á streymisveitum.

### III. Niðurstaða 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 er ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða ímynd lögaðila eða einstaklings sem stundar atvinnustarfsemi og er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning. Með öðru endurgjaldi er t.d. átt við það þegar greitt er fyrir viðskiptaboð með vörunni sjálfri 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. Samkvæmt 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla eru dulin viðskiptaboð óheimil. Með duldum viðskiptaboðum er átt við kynningu í máli eða myndum á vörum, þjónustu, heiti, vörumerki eða starfsemi aðila sem framleiðir vöru eða veitir þjónustu í dagskrárliðum þegar slík kynning er til þess ætluð af hálfu fjölmiðlaveitu að þjóna auglýsingamarkmiðum og gæti villt um fyrir neytendum að því er eðli hennar varðar, sbr. 6. tölul. 1. mgr. 2. gr. sömu laga. Í greinargerð með lögum um fjölmiðla segir að vegna sjónarmiða um neytendavernd hafi þótt rétt að bann við duldum viðskiptaboðum náí til allra fjölmiðla, enda verði að gera þá fortakslausu kröfu til fjölmiðlaþjónustuveitenda að þeir tryggi að neytendum sé ljóst hvenær um viðskiptaorðsendingar sé að ræða. Í skýringum við 2. mgr. 37. gr. í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla kemur fram að verði misbrestur á auðkenningu vöruinnsetninga í hljóð- og myndefni kunni það að leiða til þess að um dulin viðskiptaboð teljist vera að ræða.



## FJÖLMIÐLANEFND

Hugtakið vöruinnsetning er skilgreint í 41. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla en þar segir að vöruinnsetning sé viðskiptaboð sem taki til allra gerða hljóð- og myndsendinga í viðskiptaskyni sem taki til eða vísa til vöru, þjónustu eða vörumerkis hennar með þeim hætti að þær komi fram í dagskrárlið gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi. Í skýringum við 39. gr. í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla kemur fram að með hugtakinu annað endurgjald sé t.d. átt við það þegar greitt sé fyrir vöruinnsetningu með vörum eða þjónustu. Jafnframt kemur þar fram að ekki skiptir máli í þessu samhengi hver þiggi greiðslu eða annað endurgjald fyrir vöruinnsetninguna. Þannig geti það t.d. verið viðkomandi fjölmiðlaveita, framleiðandi hljóð- og myndefnisins eða jafnvel þeir einstaklingar sem komi að framleiðslu efnisins.

Samkvæmt 1. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla er vöruinnsetning heimil í ákveðnum tilvikum, að nánar tilgreindum skilyrðum uppfylltum, sem fram koma í 4. mgr. sömu greinar. Ákvæðum a- til c- liðar 4. mgr. 39. gr. er ætlað að skapa skýr skil á milli hljóð- og myndefnis með vöruinnsetningu annars vegar og auglýsinga, kostunar og fjarkaupa hins vegar. Með þeim er jafnframt lögð áhersla á að sú vara eða þjónusta sem um er að ræða hverju sinni eigi að vera eðlilegur hluti af viðkomandi dagskrárlið. Í a-lið 4. mgr. 39. gr. segir að vöruinnsetning megi ekki snerta innihald hljóð- og myndmiðlunarefnisins að öðru leyti, þ.e. ekki megi kynna viðkomandi vöru eða þjónustu með öðrum hætti en þeim að hún sjáist eða að vísað sé til hennar í dagskrárliðnum. Vöruinnsetning megi ekki heldur hafa áhrif á ábyrgð og ritstjórnarlegt sjálfstæði fjölmiðlaveitunnar. Í b-lið 4. mgr. 39. gr. segir að ekki skuli beinlínis hvetja til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu og í c-lið sama ákvæðis segir að ekki megi setja vöruna eða þjónustuna sem um ræðir fram á óþarflega áberandi hátt. Varan eða þjónustan verður því að vera innbyggð í atburðarrás dagskrárliðar með þeim hætti að hún sé eðlilegur hluti af viðkomandi dagskrárlið.

Jafnframt segir í d-lið 4. mgr. 39. gr. að áhorfendum skuli greint frá því á skýran hátt sé um vöruinnsetningu að ræða, m.a. þannig að dagskrárliðir með vöruinnsetningu séu auðkenndir á viðeigandi hátt við upphaf og lok þeirra og þegar slíkir dagskrárliðir hefjast aftur eftir auglýsingahlé. Í athugasemdum við 39. gr. í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir varðandi d-lið að ákvæðinu sé ætlað að tryggja að áhorfandinn sé upplýstur um það að greitt hafi verið fyrir vöruinnsetningu í viðkomandi dagskrárlið og að hann átti sig á eðli hennar sem viðskiptaorðsendingar. Þess beri þó að gæta að sú auðkenning sé sett fram með viðeigandi hætti og beri hvorki keim af auglýsingu né kostunartilkyppingu. Þannig skal ekki draga sérstaka athygli að nafni eða vörumerki fyrirtækis eða á annan hátt upplýsa hver stendur að vöruinnsetningunni, enda bæri slíkt keim af kostun eða auglýsingu.



## FJÖLMIÐLANEFND

Í 5. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla er að finna undantekningu frá d-lið 4. mgr. 39. gr. Þar segir að hafi fjölmiðlaveita ekki sjálf framleitt það hljóð- og myndmiðlunarefni sem um ræðir eða það verið framleitt í umboði fjölmiðlaveitunnar eða í fyrirtæki tengdu henni megi falla frá auðkenningarskyldu. Í skýringum við 39. gr. í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla kemur fram að þessi undantekning komi einkum til skoðunar þegar um efni sem keypt er frá ríkjum utan EES-svæðisins er að ræða en þar kunni að gilda rýmri reglur um vöruinnsetningu. Ennfremur kemur fram að gæta þurfi þess að þessi heimild hefur ekki áhrif á reglu 4. mgr. 37. gr. laganna, þar sem fortakslaust bann er lagt við hljóð- og myndsendingum í viðskiptaskyni fyrir tóbaksvörur, áfengi og lyfseðilsskyld lyf. Fjölmiðlaveitur þurfi því ávallt að afla upplýsinga um það hvort vöruinnsetningu á nefndum vörutegundum sé að finna í því efni sem þeir festa kaup á og gera viðeigandi ráðstafanir ef svo er.

Í 27. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla er hugtakið kostun skilgreint sem hljóð- og myndsending í viðskiptaskyni sem taki 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. Samkvæmt 1. mgr. 42. gr. laganna er fjölmiðlaveitu 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 fjölmiðlaveitunnar. Í 4. mgr. 42. gr. segir að kostað efni skuli vera auðkennt sem slíkt með kynningu, nafni, vörumerki, öðru auðkenni kostanda eða öðrum þeim hætti sem best hentar því formi miðlunar sem notað er. Auðkenning skuli eiga sér stað í upphafi efnispáttar, á meðan á honum stendur og/eða við lok hans. Tilgangur slíkra kostunartil kynninga er að upplýsa áhorfendur/hlustendur um að aðrir en fjölmiðlaveitan sjálf hafi tekið þátt í fjármögnun á tilteknu dagskrárefni og að minna á kostandann, án þess að auglýsa sérstaklega vöru eða þjónustu á hans vegum, sbr. athugasemdir við 42. gr. í greinargerð með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla. Í 3. mgr. 42. gr. laganna segir 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. Kostun felur því eingöngu í sér að fyrirtæki eða einstaklingur fjármagnar einstaka dagskrárliði í hljóð- og myndmiðlum með það fyrir augum að vekja athygli á heiti viðkomandi, vörumerki, ímynd, starfsemi eða vörum án þess að hafa áhrif á innihald, efnistöð eða tímasetningu eða raska ábyrgð og ritstjórnarlegu sjálfstæði fjölmiðlaveitunnar.

Í 1. másl. 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla segir að viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi og tóbak séu óheimil. Þá eru gerðar þær kröfur í 3. másl. 4. mgr. 37. gr. laganna að fullyrðingar sem fram



## FJÖLMIÐLANEFND

komi í viðskiptaboðum og fjarkaupainnskotum fyrir óáfengar drykkjarvörur þurfi að vera hægt að færa sönnur á. Í greinargerð með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir að markmið reglu 4. mgr. 37. gr. sé meðal annars að vernda neytendur og takmarka neyslu á tóbaksvörum og áfengi. Þannig sé tilgangur ákvæðisins öðru fremur að stuðla að bættu heilsufari almennings. Þá kemur einnig fram í greinargerðinni að ákvæði 3. másl. 4. mgr. 37. gr. sé sett fram til að taka af öll tvímæli um að þær óáfengu drykkjarvörur sem verið er að auglýsa séu sannanlega á markaði fyrir neytendur. Einungis sé heimilt að auglýsa drykki sem hafi minna en 2,25% áfengisinnihald.

### 2.

Gæta verður að því að gera skýran greinarmun á kostun og auglýsingum. Tilkynningar um að efni sé kostað mega ekki líkjast auglýsingum að uppbyggingu þar sem tilgangur kostunartilkynninga er eingöngu sá að upplýsa áhorfendur um að aðrir en fjölmiðillinn sjálfur hafi tekið þátt í fjármögnun dagskrárefnis. Kostað efni skal auðkenna með því að minna á kostandann án þess að auglýsa sérstaka vöru eða þjónustu á hans vegum. Þannig er óheimilt að hvetja til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu kostandans eða annars aðila í kostuðu efni, t.d. með því að auglýsa slíka vöru eða þjónustu sérstaklega.

Eins og áður hefur komið fram athugaði Fjölmiðlanefnd níu þætti af Rauðvíni og klökum frá 19. nóvember 2020 til 8. apríl 2021. Einnig athugaði Fjölmiðlanefnd samtals sjö þætti frá 30. september 2020 til 12. nóvember 2020 eftir að óskað hafði verið eftir afriti af þeim. Óumdeilt er að kostendur þáttanna Rauðvín og klakar frá 5. nóvember 2020 voru Ölgerðin, Freyja og Domino's enda kom það fram í þáttunum. Kemur því til skoðunar hvort hið kostaða efni hafi verið í samræmi við þær kröfur sem gerðar eru í 1. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla um að kostandi hafi hvorki áhrif á innihald, efnistösk eða tímasetningu kostaðs efnis né raski ábyrgð og ritstjórnarlegu sjálfstæði fjölmiðlaveitunnar. Einnig kemur til skoðunar ákvæði 3. mgr. 42. gr. laganna varðandi það hvort kostaða efnið hafi falið 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 þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 3. desember sl. vörðu þáttastjórnendur rúmlega einni mínútu í að ræða um og vekja athygli á Mountain Dew frá Ölgerðinni. Vakin var sérstök athygli á kóðum fyrir tölvuleikinn Call of Duty: Black Ops Cold War sem finna mátti á flöskum af Mountain Dew. Bar einn þáttastjórnandi flösku af Mountain Dew að vefmyndavélinni og sýndi sérstaklega. Kom fram að hver og einn geti nýtt sér allt að 40 kóða. Í þætti sem sýndur var 18. febrúar sl. ræddu þáttastjórnendur um nýjar súkkulaðiþlötur frá Freyju í rúmlega tvær mínútur. Einn þáttastjórnenda



## FJÖLMIÐLANEFND

Þess þáttar var framkvæmdastjóri Freyju, kostanda þáttarins. Sýndi hann súkkulaðið í mynd bæði í umbúðum og án og var súkkulaðiplötunum hælt í hástert. Einnig kom fram að súkkulaðiplöturnar væru komnar í verslanir og voru áhorfendur hvattir til að „henda sér út í búð“. Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 8. apríl sl. ræddu þáttastjórnendur í tæplega eina mínútu um Domino's. Voru áhorfendur hvattir til að nýta sér afsláttarkóðann „ROK“, sem er skammstöfun þáttarins, þegar þeir panta frá Domino's á netinu. Einn þáttastjórnenda tók fram að hann hafi pantað sér „Meat & Cheese gott“ hjá Domino's, sem væri ný vara, og nefndi hann hversu gott það hafi verið á bragðið.

Að mati Fjölmiðlanefndar höfðu kostendur þáttanna Rauðvín og klakar áhrif á efnistöð þátta sem sýndir voru 3. desember 2020, 18. febrúar 2021 og 8. apríl 2021. Umræður um vörur kostenda þáttanna vörðu í allt að tvær mínútur í senn, auk þess sem framkvæmdastjóri eins af kostendum þáttarins var á meðal þáttastjórnenda og stýrði umræðum um vörur kostandans í þættinum 18. febrúar 2021. Vakti hann sérstaka athygli á nýjum súkkulaðiplötum sem fyrirtækið var að setja á markað og ræddi um þær við aðra stjórnendur þáttarins í rúmlega tvær mínútur. Af því leiðir að hið kostaða efni var ekki í samræmi við þær kröfur sem gerðar eru í 1. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla. Með framangreindu var jafnframt brotið gegn 3. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla þar sem hið kostaða efni fól í sér hvatningu til kaupa á vörum sem stafa frá kostendum þáttanna Rauðvín og klakar.

### 3.

Gæta þarf að því að vöruinnsetningar eru einungis heimilar ef sú vara eða þjónusta sem um ræðir hverju sinni er eðlilegur hluti af viðkomandi dagskrárlið. Ekki er heimilt að kynna viðkomandi vöru eða þjónustu með öðrum hætti en þeim að hún sjáist eða að vísað sé til hennar í dagskrárliðnum. Óheimilt er að hvetja til kaupa á viðkomandi vöru eða þjónustu eða setja hana fram á óþarflega áberandi hátt.

Auðkenna þarf dagskrárliði sem innihalda vöruinnsetningu en verði misbrestur á því kann það að leiða til þess að um dulin viðskiptaboð teljist vera að ræða. Loks þarf að gæta að því að auðkenning vöruinnsetninga í dagskrárlið sé sett fram með viðeigandi hætti og beri hvorki keim af auglýsingu né kostunartilkynningu. Þannig skal ekki draga sérstaka athygli að nafni eða vörumerki fyrirtækis eða á annan hátt upplýsa um hver stendur að vöruinnsetningunni, enda bæri slíkt keim af kostun eða auglýsingu. Hafa ber í huga að tilkynningu um vöruinnsetningu er fyrst og fremst ætlað að upplýsa notendur um að vöruinnsetning sé til staðar í viðkomandi dagskrárlið en ekki að kynna viðkomandi aðila eða vörumerki hans.





## FJÖLMIÐLANEFND

Vörur frá Ölgerðinni og Freyju voru afar áberandi í þeim þáttum Rauðvíns og klaka sem Fjölmiðlanefnd athugaði, frá 5. nóvember 2020 til 8. apríl 2021. Voru þær uppstilltar á borðum og í bakgrunni þáttastjórnenda og sáust á meðan útsending þáttanna stóð yfir. Mátti m.a. sjá poka af Doritos snakki frá Ölgerðinni, ísskáp merktan Red Bull, með dósum af Red Bull frá Ölgerðinni, poka af Djúpum og Sterkum Djúpum frá Freyju og kassa af Krafti frá Freyju. Einnig sáust þáttastjórnendur neyta bæði drykkja og sælgætis frá fyrrgreindum fyrirtækjum. Í svörum Gamers sem fylgdu svörum Sýnar dags. 18. desember 2020 kom fram að varðandi vöruinnsetningar almennt í þáttunum Rauðvín og klakar væru „kostendur þáttarins“ nefndir margoft í útsendingu þeirra og vörumerki þeirra birt reglulega á skjánum.

Vöruinnsetning í fyrrgreindum þáttum var því ekki í samræmi við a-lið 4. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla, um að vöruinnsetning megi ekki snerta innihald hljóð- og myndmiðlunarefnisins að öðru leyti, þ.e. ekki megi kynna viðkomandi vöru eða þjónustu með öðrum hætti en þeim að hún sjáist eða að vísað sé til hennar í dagskrárliðnum. Þá var vöruinnsetningin ekki í samræmi við b-lið 4. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla, sem kveður á um að með vöruinnsetningu skuli ekki beinlínis hvatt til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu, og ekki í samræmi við c-lið 4. mgr. 39. gr. sömu laga, sem kveður á um að varan eða þjónustan sem um ræðir skuli ekki vera sett fram á óþarflega áberandi hátt.

Í svörum Sýnar dags. 18. desember sl. og 10. febrúar sl. kom síðan fram að skerpt yrði á verklagi og fyrirvari um vöruinnsetningar í dagskrárlið birtur í upphafi þátta. Athugun Fjölmiðlanefndar leiddi í ljós að svo virðist sem fyrirvari um vöruinnsetningar hafi aðeins verið birtur fyrir þátt Rauðvíns og klaka sem sýndur var 17. desember 2020 en ekki í þáttum eftir það, hvorki í þeim þáttum sem Fjölmiðlanefnd athugaði sérstaklega né öðrum þáttum.

Af því leiðir að vöruinnsetningar á vörum Ölgerðarinnar og Freyju í þáttum Rauðvíns og klaka sem sýndir voru 5. nóvember 2020, 12. nóvember 2020, 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020, 3. desember 2020, 10. desember 2020, 11. febrúar 2021, 18. febrúar 2021, 25. febrúar 2021 og 8. apríl 2021 samræmdust hvorki d-lið 4. mgr. 39. gr. um auðkenningu vöruinnsetninga né meginreglu 1. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla, sem kveður á um að viðskiptaboð skuli vera auðþekkjanleg sem slík og skýrt afmörkuð frá öðru efni. Áhorfendum var ekki greint frá því á skýran hátt að vöruinnsetningu væri að finna í myndefninu, með þeim hætti að dagskrárliðurinn væri auðkenndur á viðeigandi hátt við upphaf og lok hans og aftur eftir auglýsingahlé. Telst vöruinnsetning í fyrrgreindum þáttum Rauðvíns og klaka því til dulinna viðskiptaboða sem fara í bága við 2. mgr. 37. gr. laganna. Með framsetningu á framangreindum vörum í þáttunum var jafnframt brotið gegn a- til c-lið 4. mgr. 39. gr. laganna.



## FJÖLMIÐLANEFND

Í svörum Sýnar við meðferð málsins var til þess vísað að undanþága 5. mgr. 39. gr. frá auðkenningarskyldu eigi við í málinu þar sem þættirnir Rauðvín og klakar væru ekki framleiddir af Sýn, í umboði Sýnar eða í fyrirtæki tengdu Sýn. Samkvæmt 5. mgr. 39. gr. má falla frá auðkenningarskyldu vegna vöruinnsetninga í myndefni hafi fjölmiðlaveitan ekki sjálf framleitt það efni sem um ræðir, eða það verið framleitt í umboði fjölmiðlaveitunnar eða í fyrirtæki tengdu henni. Undantekningin gildir fyrst og fremst um myndefni sem framleitt er í ríkjum þar sem kunna að gilda aðrar og rýmri reglur um vöruinnsetningar að landsrétti en hér á landi. Af því leiðir að undantekningin á fyrst og fremst við um efni sem framleitt er í ríkjum utan EES-svæðisins en samræmdar reglur um vöruinnsetningar gilda á öllu EES-svæðinu á grundvelli hljóð- og myndmiðlunartilskipunar Evrópusambandsins. Fær sú túlkun ákvæðisins meðal annars stoð í skýringum við 5. mgr. 39. gr. í frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla og í umfjöllun sérfræðinga í evrópskum fjölmiðlarétti um 11. gr. hljóð- og myndmiðlunartilskipunar ESB 2010/13/EB, sem undantekningarákvæði 5. mgr. 39. gr. á rætur að rekja til.

Með undanþágu 5. mgr. 39. gr. var innleidd 11. gr. hljóð- og myndmiðlunartilskipunar 2010/13/ESB. Í skýringum við ákvæðið í frumvarpi til laga um fjölmiðla segir að talið hafi verið rétt að veita slíka heimild, þar sem ella væri óeðlilega þung skylda lögð á fjölmiðlaveitur að þessu leiti. Muni þetta einkum koma til skoðunar þegar efni er keypt frá ríkjum utan EES-svæðisins. Í fræðiritinu *European Media Law*<sup>1</sup> kemur fram að á grundvelli undanþáguákvæðis 11. gr. hljóð- og myndmiðlunartilskipunarinnar verði fjölmiðlaveitur ekki skyldaðar til að auðkenna sérstaklega bandarískar kvikmyndir sem kunna að innihalda vöruinnsetningar. Þannig yrði sjónvarpsstöð með staðfestu innan EES-svæðisins ekki skylduð til að auðkenna vöruinnsetningar á bifreiðategund í James Bond kvikmynd, þar sem aðrar reglur gilda að lögum um vöruinnsetningar í framleiðsluríkinu Bandaríkjunum en á EES-svæðinu. Kvikmyndin yrði því talin falla undir undanþágu 11. gr. hljóð- og myndmiðlunartilskipunarinnar.

Af framangreindu má ljóst vera að undantekningu 5. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla er ekki ætlað að eiga við um myndefni frá framleiðslufyrirtækjum sem staðsett eru í sama ríki og fjölmiðlaveitan sjálf. Þá er ljóst af orðalagi ákvæðisins að því er ekki ætlað að gilda um myndefni sem framleitt er í umboði fjölmiðlaveitunnar sem því miðlar. Í slíkum tilfellum ber að auðkenna dagskrárliði sem innihalda vöruinnsetningar á skýran og viðeigandi hátt við upphaf og lok þeirra og þegar slíkir dagskrárliðir hefjast aftur eftir auglýsingahlé.

---

<sup>1</sup> Castendyk, Oliver, *European Media Law* (Kluwer Law International, 2008), bls. 914.



## FJÖLMÍÐLANEFND

Fjölmiðlanefnd telur ekki unnt að fallast á að undantekningarákvæði 5. mgr. 39. gr. taki til þáttanna Rauðvíns og klaka á Stöð 2 eSport. Myndefnið er framleitt af félaginu Gamers ehf. sem er skráð félag hjá fyrirtækjaskrá ríkisskattstjóra og staðsett í íslenski lögsögu og lagaumhverfi. Þá verður til þess að líta að efnið er framleitt til sýninga á Stöð 2 eSport, í eigu Sýnar, þótt því sé einnig streymt á mynddeiliveitunni Twitch. Geta þættirnir þannig talist framleiddir í umboði Sýnar.

### 4.

Viðskiptaboð fyrir áfengi eru óheimil samkvæmt 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla. Í þáttum Rauðvíns og klaka sem sýndir voru 5. nóvember 2020, 12. nóvember 2020, 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020 og 3. desember 2020 mátti sjá flöskur af rauðvíni sem innfluttar eru af Ölgerðinni en fyrirtækið er einn kostenda þáttanna. Í þætti sem sýndur var 5. nóvember 2020 var sérstök athygli vakin á og rætt um rauðvínið Piccini Memoro. Var flaska af rauðvíninu borin upp að vefmyndavélinni og tekið fram hvað vínið kostar, hvar það fæst og minnst á bragðgæði þess. Aftur var sérstök athygli vakin á og rætt um rauðvínið Piccini Memoro í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 12. nóvember 2020. Var flaskan borin upp að vefmyndavélinni, tekið fram hversu gott vínið væri, hvað það kostar og hvar það fæst. Í þætti sem sýndur var 19. nóvember sl. var flaska af rauðvíninu Piccini Memoro aftur sýnd sérstaklega í mynd og minnst á gæði vínsins og gott bragð. Einnig kom fram hvað rauðvínið kostar og hvar það fæst. Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 26. nóvember sl. var aftur vakin sérstök athygli á og rætt um Piccini Memoro og flaskan sýnd sérstaklega í mynd. Var tekið fram að rauðvínið væri uppselt hjá innflytjanda en væri til í Ríkinu. Voru áhorfendur hvattir til að fylgjast vel með þegar næsta sending af víninu kæmi. Var einnig minnst á bragðgæði vínsins ásamt því að mæla með rauðvíni frá framleiðandanum Masi. Síðar í sama þætti bar einn þáttastjórnandi flösku af Piccini Memoro að vefmyndavélinni og vakti sérstaka athygli á heiti hennar með því að benda og banka á merkimiða flöskunnar. Einnig fengu þáttastjórnendur sér „jello skot“ í sama þætti sem innihéldu m.a. Baileys. Í þætti Rauðvíns og klaka sem sýndur var 3. desember sl. var vakin sérstök athygli á og rætt um rauðvínið Masi Campofiorin. Var flaska af rauðvíninu sérstaklega sýnd í mynd til að sýna áhorfendum hvernig hún liti út. Var tekið fram hvað rauðvínið kostar og hvar það fæst. Einnig nefndu þáttastjórnendur hversu gott rauðvínið væri og að um væri að ræða uppáhalds rauðvín eins þeirra. Jafnframt tók einn þáttastjórnandi fram að í síðasta þætti hafi þáttastjórnendur drukkið Piccini Memoro rauðvín. Í fyrrgreindum þáttum sjást flöskur af þeim rauðvínnum sem sérstaklega voru sýnd í mynd í bakgrunni þáttastjórnenda. Snúa vörumerki þeirra að vefmyndavélinni í flestum tilvikum en þó er mismunandi eftir þáttum hversu vel þær sjást og hjá hvaða þáttastjórnendum.



## FJÖLMIÐLANEFND

Í svörum Sýnar og Gamers hefur komið fram varðandi myndefni sem sýndi áfengi að um yfirsjón og mistök hafi verið að ræða. Þáttastjórnendur hafi ekki fengið greitt frá þriðja aðila fyrir kynningu á rauðvíni eða annars konar áfengi. Þáttastjórnendur hafi verið að bregðast við fyrirspurnum í beinni útsendingu sem upp hafi komið á spjallborði þáttarins og gert þau mistök að bregðast við með þeim hætti sem gert var. Hefur einnig komið fram að það kunni að vera að þáttastjórnendur og framleiðandi þáttanna hafi farið ógætilega varðandi framsetningu á áfengi. Hafi því verið beint til þáttastjórnenda og framleiðanda þáttanna Rauðvín og klakar að framvegis verði vörumerki einstakra rauðvínstegunda ekki kynnt eða sett fram með sambærilegum hætti og gert hafi verið fyrir mistök. Í svörum Ölgerðarinnar hefur komið fram að gert hafi verið samkomulag um að vörur þess (Doritos, Red Bull og fleiri) yrðu gerðar sýnilegar í efni sem birtist á Twitch undir heitinu Rauðvín og klakar. Ekki hafi þó verið um skriflegt samkomulag að ræða. Væri það þvert á vilja Ölgerðarinnar að áfengi sem fyrirtækið flytji inn til landsins yrði gert sýnilegt í þáttunum og hafi fyrirtækið því sérstaklega óskað eftir því að það yrði ekki gert.

Þrátt fyrir framangreind sjónarmið er það mat Fjölmiðlanefndar að framsetning og umfjöllun um rauðvín af tegundinni Piccini Memoro og Masi Campofiorin í þáttum Rauðvín og klakar sem sýndir voru 5. nóvember 2020, 12. nóvember 2020, 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020 og 3. desember 2020 hafi verið með þeim hætti að teljast til viðskiptaboða samkvæmt lögum um fjölmiðla. Vakin var sérstök athygli á rauðvínunum, flöskur með vörumerkjum þeirra sýndar í nærmynd, minnst á gæði þeirra, gott bragð, tekið fram hvað þær kosti og hvar þær fáist ásamt fleiri upplýsingum. Viðskiptaboð og fjarkaup fyrir áfengi eru óheimil, sbr. 1. másl. 4. mgr. 37. gr. laganna. Rauðvín af tegundinni Piccini Memoro og Masi Campofiorin eru ófáanleg í útgáfum sem hafa 2,25% áfengisinnihald eða lægra og af þeim sökum er óheimilt að auglýsa umræddar vörur í fjölmiðlum. Að sama skapi er vöruinnsetning fyrir þessar vörur bönnuð, enda ein tegund viðskiptaboða samkvæmt skilgreiningu þess hugtaks í lögum um fjölmiðla.

Þá rennir það frekari stoðum undir það að um viðskiptaboð fyrir áfengi hafi verið að ræða að innflytjandi þeirra rauðvína sem sérstök athygli var vakin á og rætt var um í þáttunum er jafnframt einn kostanda þáttanna Rauðvín og klakar. Flytur hann einnig inn Baileys líkjör sem er sérstaklega nefndur sem innihaldsefni í „jello skotum“ sem þáttastjórnendur fá sér.

Samkvæmt athugun Fjölmiðlanefndar, á þáttum sem sýndir voru 30. september 2020 til 12. nóvember 2020, og Fjölmiðlanefnd fékk afrit af, voru engir kostendur í fyrstu tveimur þáttunum. Tilkynt var um Freyju sem kostanda þáttanna í þriðja þætti 14. október 2020 og Ölgerðin og Domino's bættust við í sjötta þætti 5. nóvember 2020. Fram til sjötta þáttar Rauðvíns og klaka voru þáttastjórnendur að drekka rauðvín frá a.m.k. þremur mismunandi innflytjendum og yfirleitt



## FJÖLMIÐLANEFND

með mismunandi tegundir af rauðvíni. Í þætti sem sýndur var 30. september 2020 mátti heyra einn þáttastjórnanda segja að þeir verði að „redda“ sér „rauðvins-sponsi“ þar sem þeir drekki svo mikið rauðvín í þáttunum. Svipaða umræðu mátti heyra í þætti sem sýndur var 7. október 2020 þar sem einn þáttastjórnandi sagði að það væri „tilvalið“ að fá „styrktaraðila inn sem er með rauðvín“ þar sem það væri farið að „taka á budduna“ að vera í þáttunum. Eftir að Ölgerðin bættist við í hóp kostenda 5. nóvember 2020, og þar til Fjölmiðlanefnd sendi erindi sitt með beiðni um upplýsingar og sjónarmið til Sýnar 10. desember 2020, drukku þáttastjórnendur allir sömu rauðvínstegundirnar, þ.e. Piccini Memoro í fjórum þáttum og Masi Campofiorin í einum þætti. Eins og áður hefur komið fram er Ölgerðin með umboð fyrir þessar rauðvínstegundir hér á landi. Rennir þetta enn frekari stoðum undir það að um viðskiptaboð fyrir áfengi innflutt af Ölgerðinni hafi verið að ræða.

### 5.

Í svörum Sýnar til Fjölmiðlanefndar dags. 18. desember 2020 var athygli vakin á því að framleiðsla þáttanna Rauðvín og klakar væri í höndum þáttastjórnenda sem jafnframt væru framleiðendur þáttanna. Í svörum Sýnar til Fjölmiðlanefndar dags. 10. febrúar 2021 var tekið fram að efnistösk Stöð 2 eSport væru óhefðbundin og ekki væri unnið eftir fyrirfram gerðu handriti. Að mati Sýnar hafi fyrirtækið því „ekkert ritstjórnarlegt vald yfir því sem þar fer fram“.

Um var að ræða tilraunaverkefni í íslensku sjónvarpi, þar sem tölvuleikjum er streymt samtímis á mynddeiliveitunni Twitch og í línulegri dagskrá Stöðvar 2 eSport og auk þess á vefmiðlinum Vísi. Þættirnir ganga auk þess út á óformlegt spjall þátttakenda á meðan leikirnir standa yfir. Þótt fallast megi á að efnistösk í þáttunum geti talist óhefðbundin verður framsetning viðskiptaboða í sjónvarpi engu að síður að vera í samræmi við ákvæði laga um fjölmiðla.

Framangreint fyrirkomulag raskar því ekki ábyrgð Sýnar samkvæmt lögum um fjölmiðla sem fjölmiðlaveita þáttanna Rauðvín og klakar, sbr. 1. mgr. 54. gr. laganna. Ritstjórnarleg ábyrgð Sýnar á grundvelli laga um fjölmiðla verður ekki yfirfærð á framleiðendur, kostendur eða aðra utanaðkomandi aðila. Það er á ábyrgð fjölmiðlaveitunnar Sýnar að gæta að því að framsetning og innihald sjónvarpsþátta, sem sýndir eru á Stöð 2 eSport eða öðrum fjölmiðlum á hennar vegum, standist þær kröfur sem gerðar eru að lögum um fjölmiðla. Fjölmiðlaveitur þurfa ávallt að afla upplýsinga um það hvort vöruinnsetningar er að finna í því efni sem þær festa kaup á, gæta að því að innihald og framsetning vöruinnsetninga sé í samræmi við gildandi lög og gera viðeigandi ráðstafanir ef svo er ekki. Þetta á sér í lagi við ef myndefni inniheldur vöruinnsetningu á efni sem fellur undir 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla; tóbaksvörur, rafrettur, áfyllingar fyrir rafrettur,



## FJÖLMIÐLANEFND

áfengi, ávísunarskyld lyf, sem og happdrættis- og veðmálastarfsemi sem ekki hefur leyfi lögum samkvæmt hér á landi.

### 6.

Að öllu framangreindu virtu er það niðurstaða Fjölmiðlanefndar að framsetning og umfjöllun um áfengi í þáttum Rauðvíns og klaka sem sýndir voru á Stöð 2 eSport og Vísi 5. nóvember 2020, 12. nóvember 2020, 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020 og 3. desember 2020 teljist til viðskiptaboða og Sýn hafi þar með gerst brotlegt við 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi.

Er það jafnframt niðurstaða Fjölmiðlanefndar að með því að auðkenna ekki myndefni sem innihélt vöruinnsetningar í samræmi við d-lið 4. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla hafi Sýn gerst brotlegt við 2. mgr. 37. gr. laganna, sbr. 1. mgr. 37. gr., með miðlun dulinna viðskiptaboða fyrir vörur frá Ölgerðinni og Freyju í þáttum Rauðvíns og klaka sem sýndir voru á Stöð 2 eSport og Vísi 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020, 3. desember 2020, 10. desember 2020, 11. febrúar 2021, 18. febrúar 2021, 25. febrúar 2021 og 8. apríl 2021. Í sömu þáttum hafi Sýn með vöruinnsetningum fyrir vörur frá Ölgerðinni og Freyju gerst brotlegt við a-lið 4. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla um að vöruinnsetning megi ekki snerta innihald hljóð- og myndmiðlunarefnisins að öðru leyti (þ.e. ekki megi kynna viðkomandi vöru eða þjónustu með öðrum hætti en þeim að hún sjáist eða að vísað sé til hennar), við b-lið 4. mgr. 39. gr. um að ekki skuli beinlínis hvatt til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu og við c-lið 4. mgr. 39. gr. um að þær vörur sem um ræðir séu ekki settar fram á óþarflega áberandi hátt.

Að lokum er það niðurstaða Fjölmiðlanefndar að Sýn hafi brotið gegn 1. og 3. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla, annars vegar þar sem kostendur þáttanna Rauðvín og klakar, þ.e. Ölgerðin, Freyja og Domino's, höfðu áhrif á efnistöð þátta sem sýndir voru á Stöð 2 eSport og Vísi 3. desember 2020, 18. febrúar 2021 og 8. apríl 2021, og hins vegar með miðlun á kostuðu efni sem fól í sér hvatningu til kaupa á vörum er stöfuðu frá kostendum í þáttum sem sýndir voru á Stöð 2 eSport og Vísi 3. desember 2020, 18. febrúar 2021 og 8. apríl 2021.

Samkvæmt n-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla leggur Fjölmiðlanefnd stjórnvaldssektir á fjölmiðlaveitur vegna brota á ákvæðum í VI. kafla laga um fjölmiðla. Með fjölmiðlaveitu er átt við einstakling eða lögaðila sem starfrækir fjölmiðil, sbr. 15. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla. Þó



## FJÖLMIÐLANEFND

má falla frá sektarákvörðun teljist brot óverulegt eða af öðrum ástæðum er ekki talin þörf á beitingu sekta, sbr. 1. málsl. 5. mgr. 54. gr.

Með vísan til framangreindrar niðurstöðu hefur Fjölmiðlanefnd ákveðið að leggja stjórnvaldssekt á Sýn í samræmi við n-lið 1. mgr. 54. gr. laga um fjölmiðla. Telur Fjölmiðlanefnd hæfilegt að sektin nemi 500.000 kr. Við ákvörðun sektarfjárhæðar var tekið mið af því að Sýn hefur áður brotið gegn 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla um bann við dulduðum viðskiptaboðum, 4. mgr. 37. gr. sömu laga um bann við viðskiptaboðum fyrir áfengi, 3. mgr. 42. gr. sömu laga um bann við hvatningu til kaupa á vörum kostanda í kostuðu myndefni og d-lið 4. mgr. 39. gr. sömu laga um skyldu til að auðkenna myndefni sem inniheldur vöruinnsetningu. Um leið var litið til atvika máls að öðru leyti og þess að um er að ræða tilraunaverkefni í sjónvarpi hér á landi, sjónvarpsþætti þar sem efnistökur eru að mörgu leyti óhefðbundin, á sjónvarpsstöð sem er til þess fallin að höfða sérstaklega til ungs fólks og vekja athygli á rafþróttum sem áhugamáli og íþróttagrein.

### IV. Ákvörðunarorð

**Sýn hf. braut gegn 4. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með viðskiptaboðum fyrir áfengi í þáttum Rauðvíns og klaka sem sýndir voru á Stöð 2 eSport og Vísi 5. nóvember 2020, 12. nóvember 2020, 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020 og 3. desember 2020.**

**Sýn hf. braut gegn 2. mgr. 37. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með miðlun dulinna viðskiptaboða frá Ölgerðinni og Freyju, sem ekki voru auðkennd í samræmi við d-lið 4. mgr. 39. gr., í þáttunum Rauðvín og klakar, sem sýndir voru á Stöð 2 eSport og Vísi 19. nóvember 2020, 26. nóvember 2020, 3. desember 2020, 10. desember 2020, 11. febrúar 2021, 18. febrúar 2021, 25. febrúar 2021 og 8. apríl 2021.**

**Sýn hf. braut gegn a-, b- og c-lið 4. mgr. 39. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með vöruinnsetningum fyrir vörur frá Ölgerðinni og Freyju í sömu þáttum á Stöð 2 eSport og Vísi. Brotið var gegn a-lið 4. mgr. 39. gr. laganna um að vöruinnsetning megi ekki snerta innihald hljóð- og myndmiðlunarefnisins að öðru leyti (þ.e. ekki megi kynna viðkomandi vöru eða þjónustu með öðrum hætti en þeim að hún sjáist eða að vísað sé til hennar). Brotið var gegn b-lið 4. mgr. 39. gr. laganna um að ekki skuli beinlínis hvatt til kaupa eða leigu á vörum eða þjónustu og gegn c-lið 4. mgr. 39. gr. laganna um að sú vara eða þjónusta sem um ræðir skuli ekki sett fram á óþarflega áberandi hátt.**



## FJÖLMIÐLANEFND

Sýn hf. braut gegn 1. mgr. og 3. mgr. 42. gr. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 með miðlun myndefnis sem kostað var af Ölgerðinni, Freyju og Domino's og sýnt var á Stöð 2 eSport og Vísi 3. desember 2020, 18. febrúar 2021 og 8. apríl 2021. Brotið var gegn 1. mgr. 42. gr. með því að kostendur höfðu áhrif á efnistöð þáttanna og gegn 3. mgr. 42. gr. með því að hið kostaða myndefni fól í sér hvatningu til kaupa á vörum er stöfuðu frá kostendum.

Sýn hf. greiði 500.000 kr. í stjórnvaldssekt.

Einar Hugi Bjarnason

María Rún Bjarnadóttir

Finnur Beck

Róbert H. Haraldsson