



Folketingets Kulturredvalg
Christiansborg
1240 København K

Kulturministeren

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70
Fax : 33 91 33 88
E-mail : kum@kum.dk
Web : www.kum.dk

9. september 2015

Folketingets Kulturredvalg har den 10. august 2015, efter ønske fra Morten Marinus (DF), stillet mig følgende spørgsmål, nr. 2 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

”Finder kulturministeren det korrekt, at DR indleder samarbejde med private aktører som Facebook, som licensbetalerne tvinges ind på for at se indholdet af udsendelser, som licensbetalerne har betalt for?”

Svar:

Jeg har modtaget 3 kulturredvalgsspørgsmål (KUU spg. nr. 2-4) om DR og DRs samarbejde med Facebook. Spørgsmålene vedrører det samme emne, og jeg har derfor tilladt mig at udarbejde en samlet besvarelse af alle spørgsmålene i min besvarelse af spørgsmål nr. 2. Jeg henviser derfor i besvarelsen af spørgsmål nr. 3 og 4 til denne besvarelse.

Jeg har bedt DR om at bidrage til oplysning af spørgsmålene. DR oplyser følgende:

”Det fremgår af DRs public service-kontrakt, at DR kan stille tjenester, der er omfattet af public service-kontrakten eller godkendt i en værditest, til rådighed via andre foretagenders medier og platforme.

DR anvender sociale medier, fordi de understøtter DRs strategi om åbenhed og styrker dialogen med brugerne. Sociale medier anvendes af 86 % af befolkningen.

I DRs programetik er der fastsat retningslinjer for DRs redaktionelle brug af sociale medier. Det fremgår bl.a., at sociale medier er et supplement til DRs egne kanaler og dermed ikke er en erstatning for dr.dk. Der skal derfor altid være et redaktionelt formål med anvendelsen af sociale medier. For så vidt angår programoplysninger er det DRs faste praksis, at disse altid vil kunne findes på DR.dk, hvis de findes på f.eks. Facebook.

For så vidt angår tv-programindhold distribuerer DR dette via nettet på catch-up-tjenesten DR tv. DR distribuerer ikke hele udsendelser via sociale medier, men deler klip, billeder og korte tekster (statusopdateringer).

Der kan være eksempler på DR-indhold, der ud fra en konkret redaktionel vurdering alene kan findes på sociale medier. Det kan f.eks. være, i forbindelse med brugerinddragelse, hvor de sociale platforme redaktionelt egner sig bedst.

På DR.dk oplyser DR i henhold til reglerne på området om DRs privatlivspolitik, herunder om de data, der kan registreres, når brugere henvises fra DR.dk til f.eks. Facebook. Det fremgår heraf, at den behandling af personlige oplysninger, som foretages af en tredjepart som f.eks. Facebook, ligger uden for DRs kontrol, hvorfor det udelukkende er et forhold mellem brugeren og Facebook.

DR har ikke konkret viden om den sag i Østrig, der henvises til, og kan derfor ikke kommentere denne sag, herunder på den situation, som beskrives, hvor et socialt medie overvåger brugere, der ikke har accepteret det sociale medies betingelser.

Det bemærkes, at DRs lytter- og seerredaktør, Jacob Møllerup, ikke har behandlet spørgsmålet om potentiel overvågning af brugere. Derimod har han i flere beretninger kommenteret det principielle spørgsmål om, at redaktionelt indhold på DRs sider på sociale medier også skal være tilgængeligt på dr.dk.”

Som DR også skriver, fremgår det af DRs public service-kontrakt, at DR, for at sikre public service tilbud til alle, ”skal følge medieudviklingen og afspejle danskernes mediebrug ved at levere programmer og tjenester af høj kvalitet på relevante kanaler og platforme, der svarer til forskellige målgruppers behov”. Jeg ser derfor ikke noget problem i, at DR samarbejder med private aktører som Facebook og andre sociale medier for at nå danskerne med public service indhold, der hvor de er.

Det er vigtigt, at DRs indhold kan ses på DRs tjenester, og at brugerne ikke tvinges ind på andre indholdsudbyderes tjenester for at få adgang til DRs indhold. Jeg hæfter mig ved, at DR bekræfter, at DRs indhold i sin helhed distribueres via nettet på catch-up tjenesten ”DR tv”, og at brugerne således ikke skal ind på f.eks. Facebook for at se DRs udsendelser som f.eks. Deadline. Jeg må forstå DRs bidrag således, at DR selv har fokus på at sikre, at redaktionelt indhold kun i yderst begrænset omfang alene distribueres på sociale medier i tilfælde, hvor de sociale medier egner sig bedst. Som DRs lytter- og seerredaktør åbenbart også har gjort DR opmærksom på, er det en praksis DR skal fastholde – det vil jeg også insistere på.

Hvis man opsøger DR indhold, som er tilgængeligt via andre tjenester, som for eksempel Facebook, er Facebooks anvendelse af indsamlede personoplysninger udenfor DRs kontrol, og som DR oplyser, vil brugernes anvendelse af Facebook være et forhold mellem brugeren og Facebook. Skulle Facebook mod forventning ulovligt overvåge brugerne, vil dette formentlig ikke være muligt for DR at sikre sig imod.

Men hvis der afsiges dom eller lignende om overtrædelse af f.eks. reglerne for indsamling af personoplysninger mod en af DRs eksterne samarbejdspartnere, er det min klare forventning, at DR tager sit samarbejde med disse parter op til overvejelse.

Bertel Haarder