



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

8. oktober 2015

Folketingets Kulturredvalg har den 18. september 2015, efter ønske fra Morten Marinus (DF), stillet mig følgende spørgsmål, nr. 15 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Kulturministeren har besvaret tre spørgsmål fra kulturredvalget den 9. september 2015, jf. KUU alm. del - svar på spm. 2, 3 og 4, men de modtagne svar synes ikke at være den fulde sandhed omkring DRs samarbejde med Facebook. Det fremstår som om, at DR mest har "catch-up" indlæg på Facebook, hvor man kan få en dialog med Facebooks brugere. Desværre lader det til, at DR også har et eksklusivt samarbejde med Facebook om undersøgelser og resultater betalt for licensmidler, som kun er tilgængelig på Facebook og ikke på DR.dk. Det forekommer ikke rimeligt, at DR lægger undersøgelser ud kun på Facebook, som er betalt ved brug af licensmidler, og dermed tvinger licensbetalere til at gå på Facebook for at se resultaterne af undersøgelserne. I forbindelse med udsendelse af Madmagasinet den 15. september 2015 blev der sidst i udsendelsen markedsført, at man kunne gå på DRs Facebook side og få indsigt i de resultater af licensbetalte undersøgelser, som blev behandlet i udsendelsen. At et privat, socialt medie på den måde kan have undersøgelser, som er licensbetalt, til sin rådighed eksklusivt, forekommer ikke korrekt. Hvordan forholder ministeren sig til, at licensbetalerne kun kan se de undersøgelser, som de med licensbetaling har betalt for, på et privat, socialt medie som Facebook?

Svar:

Jeg har bedt DR om at forholde sig til de fakta, der oplyses i Kulturredvalgets spørgsmål om offentliggørelse af undersøgelser og lignende på DRs facebook-sider.

DR har oplyst følgende:

"Det fremgår af DRs interne retningslinjer, at sociale medier er et supplement til DRs egne kanaler og ikke en erstatning for dr.dk.

I det konkrete tilfælde, som omtales i spørgsmålet, antager DR, at der er tale om guiden "Gode råd om at vælge dåsetomater", som tv-programmet "Madmagasinet" udarbejdede i forbindelse med et temaprogram om tomater, som blev bragt på DR1 den 15. september 2015 kl. 21.55.

Guiden blev publiceret på dr.dk den 15. september 2015 kl. 18.38 dvs. ca. tre timer inden udsendelsens start på DR1 samme aften.

I slutningen af programmet henviser programmets vært til guiden med ordene: "Vi har lavet en guide inde på vores facebook-side". Guiden blev herefter lagt på Facebook ved tv-programmets slutning kl. 22.20.

Det er DRs normale praksis, at der i tilfælde som dette, hvor indhold både findes på DR.dk og Facebook skal henvises til både DR.dk og Facebook. Da der i det konkrete tilfælde alene blev henvist til Facebook er denne praksis for henvisninger efterfølgende blevet indskærpet."

Jeg er - ligesom spørger - ked af, at en guide udarbejdet som opfølgning på et konkret program, og som er til glæde for alle seere, alene er blevet annonceret som liggende tilgængelig på DRs Facebook-side. Som DR oplyser, er guiden også tilgængelig på DRs hjemmeside, og det er derfor beklageligt, hvis seerne har fået det indtryk, at man alene har adgang til denne guide ved at gå på DRs Facebook-side.

Jeg konstaterer, at det af DRs interne retningslinjer klart fremgår, at de sociale medier er et supplement til DRs egne kanaler. Jeg konstaterer også, at DR på baggrund af spørgsmålet har indskærpet de interne retningslinjer i huset, således at tilgængeligt materiale i forlængelse af programmer annonceres tilgængeligt på både DR.dk og på sociale platforme, hvis de benyttes.

Bertel Haarder