

GENERALDIREKTØREN

Maria Rørbye Rønn

DR Byen
Emil Holms Kanal 20
DK-0999 København C
T +45 3520 3040
www.dr.dk

17. december 2018

Kære

Du har den 8. maj 2018 klaget over en artikel på dr.dk og et indslag i TV Avisen den 8. maj 2018. Efter at redaktionen afviste din kritik, har du klaget videre til lytternes og seernes redaktør. Han har nu gennemgået sagen og lavet en indstilling til min afgørelse.

Jeg fremsender hermed indstillingen, hvis konklusion jeg har valgt at følge.

Med venlig hilsen



Maria Rørbye Rønn
Generaldirektør

Kopi: Journalen

Nyhedschef Thomas Falbe
Konstitueret etikchef Anja Lundberg Andersen
Chefkonsulent Marianne Juul
Konstitueret underdirektør Inger Bach
Redaktionschef Lars Steen Pedersen

Resumé

To forældrepar klagede over, at DR havde vist pigerne "Mathildeand Rosa" i et kritisk TV-indslag og omtalt dem i en artikel på dr.dk. DR bragte et videoklip fra det sociale medie, Musical.ly, med pigerne, fordi DR mente med brug af eksperter, at de mindreårige reklamerede for musikfirmaet Warner Music. Videoklipet blev blandt andet brugt som dokumentation. Forældrene mente, at det var et brud på god presseskik at vise de 14-årige piger med billede og navn, når de var mindreårige og forældrene havde modsat sig al omtale. Lytternes og seernes redaktør gav ikke Klager medhold men DR burde i TV-indslaget have oplyst, at pigerne og deres forældre var forelagt kritikken, men ikke ønskede at kommentere og modsatte sig, at DR brugte videoklip af pigerne.

Gennemgang af sagen

Sagen har haft et atypisk forløb. I første omgang henvendte Klagers datter og veninde sig til DR med en klage over en artikel på dr.dk og indslag i TV Avisen samme aften den 8. maj 2018. Den ene piges far, (Klager), overtog derefter klagen på pigernes vegne. På grund af en misforståelse og en uklarhed i den mail, som jeg sendte til Klager, blev sagen henlagt og ikke behandlet, før Klager igen henvendte sig den 1. november 2018. Jeg havde den opfattelse, at Klager ville bekræfte, at han faktisk ønskede sagen behandlet, og Klager var af den opfattelse, at Klagen allerede var under min behandling. Herefter bekræftede jeg, at jeg vil behandle sagen, som stammer tilbage fra maj 2018. Herefter følger en kronologisk gennemgang af sagens faser.

Klage til Pressenævnet

Klager har siden den oprindelige kontakt til mig indbragt sagen for Pressenævnet. Jeg er bekendt med dette, og Klager har sendt mig sin replik til Pressenævnet. Den ser jeg bort fra. Pressenævnet og Lytternes og Seernes Redaktør er to forskellige instanser, hvor der både er forskel i regelgrundlag (DR har et langt mere omfattende sæt etiske retningslinjer end de vejledende presseetiske regler) og forskel i arbejdsmetoder. Jeg foretager en selvstændig behandling af det klagetema, som Klager har rejst over for LSR. Derfor forholder jeg mig ikke til sagen ved Pressenævnet.

April 2018

Den 24. april 2018 henvender en journalist fra DR's undersøgende databaseredaktion sig til to piger bag pseudonymet, MathildeandRosa. De to er såkaldt "influencere" på sociale medier. Influencer-begrebet dækker over, at de pågældende når ud til et meget stort publikum gennem profiler på sociale medier, herunder også med reklame for bestemte produkter. De to unge piger havde på

tidspunktet for henvendelse en profil på børneapp'en, Musical.ly, hvor pigerne bag MathildeandRosa har 340.000 følgere.¹

I mailen til de to piger, skriver DR:

Hej Mathilde og Rosa,

I DR Nyheder er vi i gang med et projekt om influencer marketing.

I den forbindelse er vi i gang med at gennemgå de seneste måneders produktion for de mest populære danske musers, heriblandt jeres profil.

Vi ser bla. på, om markedsføringsloven og Forbrugerombudsmandens retningslinjer er overholdt.

Vi vil gerne have et interview med jer om de konkrete posts næste uge, men inden da har vi et par overordnede spørgsmål:

Kender I forbrugerombudsmandens retningslinjer for markedsføring?

Har I et samarbejde med et pladeselskab?

- I givet fald: Hvad går aftalen ud på?

Får I jeres tøj i videoerne sponsoreret?

- Hvilke mærker har I aftaler med?

Har I andre sponsorerede genstande med i videoerne?

I må meget gerne inddrage jeres forældre og evt. bureau, da vi på grund af jeres alder gerne vil sikre os, at der er voksne inde over.

I er velkomne til at ringe, hvis I har spørgsmål.

Maj 2018

Den 2. maj svarer de to piger bag profilnavnet MathildeandRosa DR:

Hej Nis Kielgast

Tak for din mail.

Vi ønsker ikke at medvirke i DR's indslag, ligesom vores forældre ikke ønsker at give samtykke hertil (vi er 14 år).

Med henvisning til de vejledende regler for god presseskik punkt B5 kræver vi, at I ikke offentliggør vores navne eller vores billeder og film. Vi kræver endvidere, at I ikke offentliggør/bruger navnet "MathildeAndRosa" idet det vil have samme effekt som offentliggørelsen af vores navne/billeder/film. Vi ønsker med andre

¹ <https://www.dr.dk/nyheder/indland/stort-pladeselskab-bruger-14-aarige-i-skjult-reklame>

ord ikke at blive genkendt på nogen måder i forbindelse med jeres indslag – heller ikke gennem slørede billeder/film.

Bemærk venligst, at vi opfatter jeres tilgang til emnet som krænkende for os, idet I anklager os for brud på markedsføringsloven og forbrugerombudsmandens retningslinjer. DR har derfor en skærpet pligt til at udvise hensyn til os."

Vi imødeser en bekræftelse på modtagelse af denne mail

Med venlig hilsen

Mathilde & Rosa

Den 6. maj 2018 svarer DR:

Kære Mathilde og Rosa samt forældre,

Tak for jeres mail.

Vi bekræfter at have modtaget jeres indsigelser vedrørende brugen af jeres materiale.

Vi forstår jeres bekymring og respekterer naturligvis, at I ikke ønsker at medvirke til interviews.

Vi håber dog, at I eller jeres forældre vil genoverveje at tale med os om det. Nedenfor er der et foreløbigt udkast til en artikel, som skal udkomme tirsdag morgen. Vi vil meget gerne have jeres side af historien med i den, og vi vil også meget gerne høre fra jer, hvis I mener, at noget i den ikke er retvisende.

Det er vigtigt for os at understrege, at formålet med at bringe historien er at sætte fokus på, at der reklameres på et medie, som er henvendt til børn, og at en del af det kommercielle indhold ikke er markeret ordentligt som reklame. Vi har fået eksperter til at gennemgå materialet, og det er deres vurderinger, som vi fremlægger.

For at fortælle den historie har vi tænkt os - i begrænset omfang - at vise og omtale posts for at dokumentere problemstillingerne. Hensynet til offentligheden og de mange tusinde børn, der er jeres publikum, vejer i vores øjne tungt. I den sammenhæng hæfter vi os ved, at materialet allerede er offentliggjort og set af hundredtusindvis. Efter vores vurdering vil det ikke være et brud på regler for god presseskik, medieansvarsloven eller DR's egne etiske retningslinjer, når vi vælger at vise klip af jer fra musical.ly.

Vi bestræber os på at formidle fænomenet nysgerrigt og med balance, og vi håber at I også vil synes det er interessant, at vi placerer fokus på den branche, som I er en del af.

Den 7. maj 2018 skriver nu Klager og far til den ene af duoen til DR på vegne af de to piger til redaktionschef Lars Steen Pedersen (LSP):

Hej Lars

Jeg kan forstå, at du er programansvarlig for den artikel, som Nis Kielgast har til hensigt at bringe i morgen om MathildeAndRosa og Warner Music.

Som forældre er vi dybt forbløffede over, at I som public service-station ønsker at udstille to mindreårige piger med navn, videoer, billeder mv. i sammenhæng med en påstand om, at de har begået lovbrud.

Vi har forståelse for, at I ønsker at bringe en historie om Warner Musics annoncering, men den historie kan sagtens skrives, uden at hænge to mindreårige piger ud i pressen foran deres kammerater.

Det er min klare vurdering, at artiklen uden tvivl er i strid med både de presseetiske regler og DR's Etik, hvilket vi har gennemgået i mailen nedenfor.

Jeg vil gerne tale med dig om offentliggørelsen, så send mig venligst et telefonnummer.

Samme dag følger Klager endnu en mail til:

Kære Lars

Beklager afbrydelsen. Min mobil løb tør for strøm.

For mig at se fremstår de to mindreårige børn i artiklen som medvirkende til en evt. lovovertrædelse fra Warner Musics side, samtidig med at DR offentliggør deres navne, billeder og videoer m.v. Det mener jeg er dybt krænkende og i strid med både de presseetiske regler og DR's Etik, der ikke tager hensyn til antallet af følger m.v. i forhold til mindreårige.

Jeg håber derfor meget, at du vil genoverveje brugen af pigernes navne, billeder, videoer m.v. i artiklen.

For god ordens skyld skal jeg på ny afvise, at børnene eller forældrene har givet samtykke til at pigerne medvirker i artiklen, ligesom vi heller ikke har givet tilladelse til, at DR kan bruge billeder, kunstnernavn, videoer mv.

Med venlig hilsen

Samtidig henvender først de to 14-årige børn, Mathilde and Rosa, sig til Lytternes og seernes redaktør og siden Klager. Jeg afviser at behandle sagen, før den er besvaret endeligt af DR.

Klager sammenfatter sin klage til mig den 7. maj 2018:

Kære Jesper

Vi vil meget gerne have, at du straks går ind i sagen.

For mig at se fremstår de to mindreårige børn i artiklen som havende begået en lovovertrædelse og være medvirkende til en lovovertrædelse fra Warner Musics side. Samtidig offentliggør DR deres navne, kunstnernavn, billeder og videoer m.v., så de kan genkendes i en bred kreds. Det mener jeg er dybt krænkende for børnene og i strid med både de presseetiske regler (B5) og DR's Etik, der ikke tager hensyn til antallet af følgere m.v. i forhold til mindreårige.

Hertil kommer, at DR ulovligt anvender pigernes ophavsretsbeskyttede materiale, og at DR overtræder persondatalovens § 3, stk. 8.

Vi har advaret DR Nyheder mod brugen af pigernes navne, billeder, videoer m.v. forud for offentliggørelsen af artiklen.

For god ordens skyld skal jeg på ny afvise, at børnene eller forældrene har givet samtykke til at pigerne medvirker i artiklen, ligesom vi heller ikke har givet tilladelse til, at DR kan bruge billeder, kunstnernavn, videoer mv.

Vi finder det yderst betænkeligt, at DR vælger at udsætte to mindreårige piger for denne behandling. Ikke mindst, når man tager i betragtning, at historien om Warner Musics annonceringsmetoder sagtens kunne være blevet præsenteret journalistisk uden brug af to mindreårige piger. Det kunne enten være ved at bruge dæksnavne og uden billeder/videoer eller ved at benytte andre personer, der er myndige eller fyldt 15 år, jf. DR's egne Etiske regler.

DR har med andre ord begået en række lovbrud og samtidig udstillet to mindreårige piger som lovbrydere/medvirkende til lovbrud til genkendelse blandt en bred kreds, herunder ikke mindst deres kammerater.

Med venlig hilsen

Den 9. maj 2018 modtager Klager et svar fra DR-nyhedschef Thomas Falbe:

Tak for din henvende til DR's generaldirektør, nyhedsdirektør, m.fl.,

I din seneste mail beder du om følgende:

'at I øjeblikkeligt dels tager nedenstående artikel ned fra dr.dk og afindeksierer den, dels klipper videoen af MathildeAndRosa ud af indslaget i gårsdagens TV-avis kl. 18.30.'

Du henviser i mailen til 5B i de presseetiske regler. Dette aspekt har du efterfølgende drøftet telefonisk med DR's jurachef, Peter Skov. Både DR's Jurachef og etikchef Inger Bach har overfor dig tilkendegivet, at vi i omtalen af 'MathildeAndRosa' har holdt os inden for gældende juridiske og etiske regler.

Redaktionelt mener vi ligeledes, at vi holder på den rigtige side i forhold til brugen af materiale fra Musical.ly. Derfor kan vi ikke efterkomme dit ønske om at fjerne artiklen fra dr.dk og klippe videobid ud af TV-avis indslaget.

Formålet med historien er at sætte fokus på, at der reklameres på et medie, som er henvendt til børn, og at dele af det kommercielle indhold ikke er markeret som reklame. Ekspertter har gennemgået materialet og det er deres vurderinger, vi fremlægger.

De primære brugere af 'Musical.ly' er i aldergruppen 9-13 år. Dermed har historien i den grad samfundsmæssig relevans, og hensynet til offentligheden og de mange tusinde børn, der er målgruppen, vejer i vores øjne tungt.

'MathildeAndRosa' publicerer bevidst deres materiale på en offentlig platform og følges af 340.000. Materialet, der benyttes, er i forvejen offentliggjort og set af tusinder. Profilen køres som en forretning med professionel management og 'MathildeAndRosa' indbyder aktivt annoncører til samarbejde ved at fremhæve en særlig mail til business-kontakt. Parrets materiale er brugt i artiklen til at dokumentere historien og der er udelukkende benyttet videoer, som 'MathildeAndRosa' har lagt ud på åbne sociale medier.

I vores omtale agerer vi nænsomt, ved kun at vise klip i begrænset omfang for at dokumentere problemstillingerne.

Den 16. maj 2018 skriver DR-redaktør Lars Steen Pedersen [LSP] uddybende til Klager.

Kære

Som aftalt er her et uddybende svar, som supplement til de samtaler, du har haft i forløbet med blandt andet etikchef, Inger Bach, jurachef, Peter Skov og undertegnede.

Denne mail omhandler udelukkende de redaktionelle beslutninger og proces.

Baggrund:

DR's database-redaktion har i et historieforløb kigget nærmere på kommercialiseringen af de sociale medier. I den forbindelse valgte journalisterne blandt andet at undersøge den populære platform Musical.ly, der har hundredtusindvis af danske brugere, og hvor publikummet i høj grad består af børn i alderen 9-13 år. Fokus blev på de fem største danske profiler på platformen, som har mellem 220.000 og en million følgere.

Den konkrete vinkel:

Ved at krydstjekke de nævnte aktørers videoer på Musical.ly med deres aktiviteter på andre platforme som Youtube, Instagram og Snapchat stod det klart, at en del af det materiale, som var lagt på Musical.ly uden reklamemarkering, figurerede som reklamekampagner på andre platforme. Det gælder blandt andet to piger med kunstnernavnet 'Mathilde & Rosa', som aktuelt med sine 340.000 fans er det fjerdestørste danske navn på Musical.ly. Den manglende reklamemarkering fremgår i forbindelse med materiale fra Warner Music Denmark.

Proces:

Fjorten dage før offentliggørelsen af historien kontakter DR's journalist 'Mathilde & Rosa' på den mail, der er markeret som kontakt for 'business' og managementfirmaet Hippo Management, som er agenter for 'Mathilde & Rosa'. Firmaet svarer at forældrene vil at managementfirmaet står for kontakten til DR. Dokumentationen gennemgås med manager Rasmus Kolbe, som fortæller at forældrene har været inddraget, og at de ikke ønsker, at de selv eller deres børn skal interviewes om sagen. Managementfirmaet ønsker heller ikke selv at blive interviewet om aftalen med Warner Music, da aftalen er indgået før 'Mathilde & Rosa' kom i stald hos Hippo Management.

Seks dage før offentliggørelse modtager journalisten en mail fra 'Mathilde & Rosas' business-mailadresse, hvor de kræver, at 'Mathilde & Rosa' ikke nævnes eller vises i DR's dækning. De skriver, at det vil være en krænkelse af mindreårige og i strid med regler for god presseskik punkt 5B.

Samme dag skriver parrets manager og understreger, at al kommunikation fremadrettet skal ske mellem DR og Hippo. Kontakt med forældre og piger vil firmaet betragte som en krænkelse af 5B.

Fire dage før offentliggørelse skriver journalisten til managementfirmaet og forklarer, at DR har besluttet sig for at omtale 'Mathilde og Rosa', fordi der lægges vægt på, at materialet i forvejen er offentliggjort og set af tusinder af børn.

Få dage før offentliggørelse sender journalisten udkastet til artiklen til 'Mathilde & Rosa's' forretningsmail for at sikre sig, at de og deres forældre er informeret. Dagen før udgivelse vender 'Mathilde & Rosa's' forældre tilbage. Blandt andet via mail til journalisten, lytter og seerredaktøren og etikchefen med krav om at stoppe offentliggørelse.

De to eksperter, som optræder i artiklen, modtager mail fra 'Rosa & Mathilde'. Begge eksperter svarer tilbage, at de står ved deres udtalelser og påpeger, at de kritiserer Warner Music. Aftenen inden offentliggørelse har Thomas en time lang samtale med undertegnede, hvori den redaktionelle begrundelse drøftes. Denne begrundelse fremlægges også i senere mail fra nyhedschef Thomas Falbe.

Begrundelse for beslutning:

Inden offentliggørelsen har vi drøftet etiske og juridiske aspekter med DR's jura-afdeling og etikchefen. Du har talt med begge og kender deres synspunkter og vurderinger.

Redaktionelt er formålet med at bringe historien at sætte fokus på, at der reklameres på et medie, som er henvendt til børn, og at dele af det kommercielle indhold ikke er markeret som reklamer. 'Mathilde & Rosa's profil køres som en forretning med professionelt management og annoncører indbydes aktivt til samarbejde. Vi har fået eksperter til at gennemgå materialet, og deres vurderinger ligger til grund for historien.

Vi vælger i begrænset omfang at vise og omtale posts for at dokumentere problemstillingerne. Det er ikke muligt at dokumentere historien med andet materiale end det åbne, som 'Mathilde & Rosa' har lagt på sociale medier. Hensynet til offentligheden og de mange tusinde børn, der er publikummet, vejer i vores øjne tungt. Vi hæfter os som nævnt ved, at materialet allerede er offentliggjort og set af hundredtusindvis.

Med Venlig hilsen
Lars Steen Pedersen

Jeg har som grundlag for arbejdet med sagen stillet opklarende spørgsmål til såvel LSP fra DR som til Klager. Jeg har modtaget to mails fra LSP, og jeg har modtaget svar fra Klager på mine spørgsmål.

Indstilling

Hovedpåstanden fra Klager er, at DR overtræder såvel de vejledende presseetiske regler samt DR's egne etiske retningslinjer ved at bringe navne og videomateriale på de to 14-årige piger, Mathilde and Rosa, der optræder blandt de største stjerner på musikapp' en, Musical.ly uden samtykke fra forældrene til de to børn. DR udstiller de to mindreårige piger som lovbyggere, og det er krænkende, påpeger Klager. Han henviser her til de vejledende presseetiske regler om beskyttelse af børn. Navnlig påpeger Klager bestemmelsen B.5 om mindreårige: *Der bør udvises særligt hensyn over for børn og andre personer, som ikke kan ventes at være klar over virkningerne af deres udtalelser eller anden medvirken. Ved offentliggørelse af interview eller lignende bør forældresamtykke indhentes, når emnets karakter og den mindreåriges alder taler herfor.*

Samtidig pointerer Klager, at DR bryder såvel ophavsretsloven samt Forbrugerombudsmandens retningslinjer. De to sidstnævnte påstande ligger uden for min kompetence at tage stilling til, og det vil ikke blive behandlet i forbindelse med denne sag.

Ligeledes vil jeg i det følgende anse far til én af de to piger, Klager, som selve klageren, eftersom Klager har overtaget klagen til DR på vegne af de to piger, der i første omgang stod som afsendere af henvendelser til DR og herunder til Lytternes og seernes redaktør. Klager har i mail af 3. december 2018 besvaret syv spørgsmål, jeg har stillet – herunder hvilke interesser, som Klager repræsenterer. Klager har oplyst, at han er far til den ene pige, men er talsmand for begge piger og begge forældrepar.

Klager anfører, at DR ville kunne bringe historien uden brug af billeder, navne og andet, der identificerer de to mindreårige piger.

Som et mere specifikt klagepunkt peger Klager på, at DR ikke burde have vist materiale fra sociale medier, og at det er uden betydning for hovedpunktet i klagen, at materialet har været vist og set af en bredere kreds.

DR har ikke foretaget en vurdering af, hvorvidt to 14-årige piger kan overskue den kraftige mediebevågenhed og en potentiel shitstorm, som artiklen måtte vise, skriver Klager.

Klager påpeger, at den omtalte video i artiklen ikke er lavet mod betaling eller anden modydelse. Klager har forklaret, at pigerne først underskrev en kontrakt med Warner Music den 1.3.2018, som lå efter videooptagelsen, DR brugte. Før den skriftlige aftale bestod samarbejdet med Warner af enkeltstående aftaler.

Klager insisterer på, at artiklen fjernes fra dr.dk, at den bliver afindeksret og at videoen med MathildeandRosa fjernes fra indslaget i TV Avisen den 8. maj 2018 klokken 18.30.

Afvejning af hensyn

Jeg opfatter DR's praksis sådan, at udgangspunktet er, at personer under 18 år er at betragte som børn, og derfor skal forældrene samtykke ved medvirken, ligesom forældrene skal inddrages ved forelæggelse af kritik af mindreårige. Børn under 18 år kan som udgangspunkt ikke give tilsagn om medvirken.

I den konkrete sag indleder DR med at spørge pigerne til eventuel medvirken og beder dem samtidig om at inddrage deres forældre eller eventuelt deres bureau med henvisning til deres alder. Senere forelægger DR de kritiske oplysninger for både pigerne og deres forældre.

DR var klar over, at der skulle udvises et særligt hensyn, fordi pigerne kun var 14-år, men DR lod hensynet til historiens samfundsmæssige vigtighed veje tungere end hensynet til pigernes unge alder.

Ifølge DR's oplysninger er de 14-årige piger i virkeligheden influencere for Warner Music og de har en følgerskare på 340.000 på det sociale medie, Musical.ly. De to mindreårige bryder loven, selv om de på grund af alder ikke kan straffes, ved ikke at markere deres video på Musical.ly som reklame, fremgår det af DR's artikler og TV-indslag. DR's dokumentation baserer sig på en samkørsel med MathildeandRosas tilsvarende videoer på Instagram (hvor de er markeret med reklame) og på udtalelser fra en forbrugerjurist, en vicedirektør i Forbrugerrådet og på udtalelser fra forbrugerrådsombudsmanden.

På spørgsmålet om, hvorfor Klager finder det krænkende, at TV Avisen viser et klip fra Musical.ly, når videoen har været vist for mange tusinde følgere på nettet, svarer Klager, at *"pigerne bliver hængt ud som kriminelle med ansigter og kunstnernavn for en bred kreds, herunder for deres familie og alle deres skole- og idrætsskammerater. Ovenikøbet for nogle påståede kriminelle forhold, der er begået på et tidspunkt, hvor de er ned til 12-13 år gamle. Det kan ikke være i overensstemmelse med DR Etik om beskyttelse af børn, der ovenikøbet særligt skal beskytte børn under 15 år."*

Karakteren af indholdet i artiklen og indslaget i TV-Avisen er sådant, at det skal forelægges for pigerne og deres forældre. De har retten til at udtale sig i sagen. DR kommer gennem pigernes kommercielle e-mail i kontakt med såvel pigerne som deres forældre. DR opnår ikke tilsagn, men får to skriftlige afvisninger om medvirken i interview, og hertil kommer et mundtligt afslag. Desuden forholder forældrene sig ikke til de forelagte kritikpunkter.

Det er DR's pligt at tage et særligt hensyn i sin fremstilling af sagen til, at MathildeandRosa er børn. Men det er også evident, at hele sagen skal ses i en sammenhæng, hvori der også indgår et hensyn til sagens alvor og karakter og hensynet til den samfundsmæssige interesse i sagen.

DR forsvare sin fremstilling på trods af forældrenes modstand mod at pigernes navn og video bliver vist med, at der går et hensyn forud til de mange børn, der udsættes for skjult reklame, og som ikke er klar over det, fordi videoerne ikke er korrekt markeret.

Forældrene gør gældende, at DR har brudt de etiske retningslinjer ved at tilsidesætte pigernes og forældrenes udtrykkelige ønske om, at pigerne ikke blev omtalt. Det bestrider DR.

DR skal foretage en afvejning af to etiske hensyn i denne sag. På den ene side skal DR forelægge kritikken for de 14-årige piger og for deres forældre, og der skal i særlig grad vises hensyn, da pigerne er mindreårige. På den anden side har DR også et overordnet hensyn til at formidle samfundsrelevant information om brugen af børn i reklameøjemed.

Nok har DR en forpligtelse til at forelægge kritiske oplysninger, men DR er ikke forpligtet til at undlade omtale, alene fordi de omtalte personer ikke ønsker sagen eller deres navne nævnt. Således heller ikke her.

DR's redaktionschef LSP har på et spørgsmål fra mig forklaret, hvorfor DR i første omgang kontaktede pigerne og ikke deres forældre. Det skete, fordi det var eneste mulighed for kontakt at benytte en "business contact" på MathildeandRosas kommercielle profil. LSP understreger, at DR ved den lejlighed bad pigerne om at inddrage forældrene, hvilket også fremgår af mail fra journalist Nis Kielgast den 24. april 2018 til de to piger.

Videre forklarer LSP, at DR ved den første kontakt blev ringet op af det professionelle managementbureau 'Hippo'. Bureauet er repræsenteret ved den voksne "influencer", Rasmus Kolbe, også kendt i miljøet som "Lakserytteren." Ifølge LSP har Kolbe en dobbeltrolle som både medejer af 'Hippo' og én af de profiler, der laver skjult reklame. Et TV-hold interviewer Rasmus Kolbe, hvor han også spørges til MathildeandRosa. Kolbe udtaler sig om sine egne regelbrud, men siger også til kameraet, at han ikke har kommentar til MathildeandRosa på grund af deres alder.

Bureauet forklarede, at det repræsenterede pigerne, og at forældrene havde bedt bureauet stå for al kontakt til DR i denne sag. Bureauet ville ikke udlevere kontaktoplysninger til forældrene. Kort inden publiceringen af artikel på dr.dk og indslag i TV-Avisen skrev DR atter til pigernes kommercielle e-mailadresse for at være sikker på, at forældrene blev forelagt kritikken fra de medvirkende eksperter. Dagen før offentliggørelsen har LSP og andre ledende DR-chefer en telefonisk dialog med faderen til den ene af pigerne. Sådan forklarer LSP sagen over for mig.

Klager har forklaret, at aftalen med Hippo er fra marts 2018 og således efter, at pigerne indledte samarbejdet med Warner Music. Aftalen med Hippo omfatter derfor ikke pigernes engagement med Warner.

DR gør gældende, at nok er pigerne mindreårige, men de agerer som professionelle medieaktører, der reklamerer for musikselskabet Warner Music. DR gør ligeledes gældende, at DR mener at have påvist ved at sammenholde de to pigers opdateringer på Instagram med Musical.ly, at 14 tilfælde var identiske opdateringer fra MathildeandRosa markeret som reklame på Instagram, men ikke på Musical.ly. Det var også tilfældet med den video, som blev vist i TV-Avisen, og som blev brugt som eksempel i artiklen på dr.dk, som Klager kritiserer. Jeg lægger til grund, at DR's oplysninger er korrekte.

Klager svarer mig, at mange af de samarbejder, som pigerne har indgået, har været ubetalte, men Klager gør ikke rede for hvilke.

DR erkender, at man ikke har kunnet bevise, at de to piger har en kommerciel aftale med Warner Music, men DR påpeger, at de to piger i deres videoer roser musik fra Warner, optræder hos Warner Music og sammen med Warner Music-musikere og i nogle tilfælde uddeler billetter fra Warner i forbindelse med MathildeandRosas konkurrencer. DR henholder sig til en juridisk ekspert samt forbrugerrådets vicedirektør, der siger, at det ikke er afgørende for, om et indslag skal markeres som reklame, at der er betaling mellem i dette tilfælde pigerne og Warner Music. Det er en væsentlig pointe, som går igennem såvel artikel som TV-indslag, at influencere som de to piger godt kan overtræde loven, selv om der ikke er sket en betaling for reklamen.

Klager har bestridt DR's udlægning. Klager nævner i sin klagemail, at den video, der blev vist i TV Avisen og bragt i forbindelse med artiklen på dr.dk, ikke er lavet mod betaling.

Ikke almindelige

DR foretog en afvejning af etiske hensyn, hvor man slutteligt valgte at omtale de mindreårige piger, da DR fandt, at der var et hensyn til sagens karakter og samfundsmæssige betydning, der stod over forældrenes og pigernes ønske om ikke at blive omtalt eller på anden vis medvirke. DR brugte videomateriale fra de to piger og omtalte dem i en kontekst, hvor de blev fremstillet som lovbrydere. Men ud fra sagens oplysninger kan pigerne, MathildeandRosa, ikke betragtes som to almindelige piger med en sædvanlig barneprofil på sociale medier. Det står ikke klart, hvilken kommerciel aftale, de to 14-årige piger har eller har haft med Warner Music, men det må anses for sandsynliggjort, at MathildeandRosa i realiteten har ageret som reklamefremstød for Warner Music, uanset om de har modtaget penge, gaver eller slet ingenting for samarbejdet med Warner. De to piger har ifølge Klagers oplysninger samarbejdet med Warner gennem en længere periode, men kun haft kontrakt fra 1. marts 2018.

Pigerne, MathildeandRosa, har valgt at markere visse videoer med et reklamehashtag, mens de samme videoer ikke er markeret på Musical.ly som reklame. Efter omtalen i DR har MathildeandRosa også markeret den omtalte video på Musical.ly som reklame.

Pigerne benytter sig af et professionelt talentmanagementbureau, Hippo, som er medejet af én af branchens største influencere, Rasmus Kolbe (Lakserytteren). Pigerne har – ifølge det oplyste fra DR – en kommerciel e-mailadresse, som DR har kontaktet pigerne på. Klager har over for mig bekræftet, at Hippo har været talentmanagementbureau for MathildeandRosa siden marts 2018. Forældrene har således overladt det til Hippo at svare på henvendelser fra DR i den konkrete sag. Det er berettiget, at DR på trods af pigernes unge alder anskuer dem som professionelle. DR har ret i, at varemærket "MathildeandRosa" i betydelig grad har kunnet påvirke helt små børn i deres forbrugsvalg. At pigerne er i toppen med 340.000 følgere på app'en Musical.ly er ikke et selvstændigt argument. Men det spiller en rolle for perspektivet i nyhedshistorien, og det støtter DR's opfattelse af, at der er et væsentligt hensyn til de børn, som er udsat for skjult reklame. Historien har overordnet en sådan væsentlig samfundsmæssig interesse, at den går forud for hensynet til to mindreårige pigers ubehag ved at blive kritiseret for deres optræden på sociale medier.

Pressenævnet har i forbindelse med revisionen af de vejledende presseetiske retningslinjer i 2013 berørt indsamling af oplysninger fra sociale medier, hvortil man kan regne Musical.ly. Der er en parallel mellem sociale medier og de "gamle medier" således at det også for sociale medier gælder, at man ikke må udnytte andres tillid, følelser, uvidenhed eller mangel på dømmekraft. En åben profil på sociale medier, som alle kan tilgå, er i udgangspunktet offentlig tilgængelig, men

der kan være tale om et brud på de presseetiske regler, hvis oplysninger taget fra en åben profil anvendes i en sammenhæng, der kan være krænkende.²

I dette tilfælde var der tale om en åben profil på Musical.ly, som hundrede tusinder af følgere kunne se. Klagers påstand er, at DR har krænkede de 14-årige piger ved at bruge materiale fra det sociale medie i en sammenhæng, hvor de sættes i forbindelse med skjult reklame og muligt lovbrud.

Men på den anden side forekommer det rimeligt, at DR dokumenterer historien med netop videomaterialet, som viser, at pigerne ikke markerer en sang med reklamepåtegning. Navnlig da DR forgæves, i god tid og flere gange har forsøgt at få forældrene i tale til interview om sagen.

Endvidere hører det med i billedet, at DR kun har brugt et videoklip, der viser pigerne synge, nøjagtig som de flere hundrede tusinde følgere har kunnet se, og der er ikke tale om offentliggørelse af følsomme private oplysninger, herunder private billeder eller lignende. Derfor har DR benyttet materiale fra en åben profil, og DR har ikke viderebragt følsomt og privat stof i den forbindelse. DR har brugt videomaterialet som dokumentation for et kritisk indslag om udnyttelse af børn i reklameøjemed.

DR har indledningsvis spurgt forældrene og pigerne om medvirken, hvilket begge parter har afslået. Siden – så vidt sagen er oplyst for mig – har DR konkret forelagt sine kritiske oplysninger for pigerne og forældrene.

Forældrene har faktisk svaret, at de ikke ønskede at medvirke eller kommentere de forelagte oplysninger, og de har modsat sig DR's brug af video og anden omtale af MathildeandRosa. DR havde den oplysning med i artiklen på dr.dk, men ikke i TV-indslaget. Det burde den have været, så seerne var klar over, hvilken reaktion forældrene har haft i forhold til DR's oplysninger.

LSP har over for mig forklaret, at grunden til, at DR ikke bragte pigernes/forældrenes kommentar til fremstillingen om lovbrud og kommerciel kontakt til Warner Music, at indslaget var vinklet på, at Warner Music burde kende reglerne. *"Når det er sagt, kunne man godt for fuldstændighedens skyld have valgt at sige i tv-indslaget, at hverken MathildeandRosa, deres forældre eller deres professionelle managementbureau havde kommentarer til det konkrete samarbejde. Det gjorde DR på dr.dk, hvor der ikke var de samme pladshensyn."*

DR burde oplyse forældrenes reaktion

DR burde - uanset om DR opfatter vinklen som rettet mod Warner Music - have medtaget, at DR valgte at bringe videoen, selv om MathildeandRosa og deres forældre ikke ønskede at blive omtalt eller på anden vis medvirke.

Samlet set overtrådte DR ikke DR's presseetiske retningslinjer ved at lade hensynet til historiens samfundsrelevans og betydning gå forud for to fjortenårige pigers ønske om ikke at blive vist og omtalt. Forældrene burde vide, at pigerne ikke blot var almindelige mindreårige børn, som havde en profil på de sociale medier, men via samarbejdet med Warner Music gik ind på en kommerciel

² Medieret, Trine Baumbach, p. 469

vej, hvor kravene er væsentligt skærpet i forhold til, hvad man kan og ikke kan optræde med. Forældrene fik muligheden for at forklare sig i TV og til DR's artikel som medvirkende, og de var forelagt samtlige relevante oplysninger.

DR brød ikke de etiske retningslinjer ved at lade hensynet til samfundsmæssige interesser veje tungest, men DR burde i TV-indslaget have oplyst, at forældrene var forelagt oplysningerne, men modsatte sig DR's brug af videoen fra MathildeandRosa.

Konklusion

DR valgte at bringe videomateriale med to 14-årige piger bag navnet, MathildeandRosa, som optræder på sociale medier med reklame for musik. Det skete på trods af, at pigerne, deres forældre og talentmanagementbureauet Hippo havde modsat sig omtale og brug af videomateriale overhovedet. DR lod hensynet til samfundsmæssige interesser gå forud for et særligt hensyn til at beskytte to mindreårige. DR dokumenterede i en artikel og et indslag i TV-Avisen, at MathildeandRosa udøvede en form for skjult reklame over for de hundrede tusinder af børn, som følger dem på sociale medier. Det var således både i overensstemmelse med god presseskik og DR's egne etiske retningslinjer at lade hensynet til sagens samfundsmæssige betydning veje tungere end hensynet til de to mindreårige, deres forældre og deres managementbureau, som modsatte sig offentlig omtale i DR. DR forelagde rettidigt sagen og dens aspekter for såvel pigerne som deres forældre, og der var en rimelig frist til at reagere. Klager protesterede, da sagen blev forelagt, men DR var ikke pligtig til at tage protesten til følge. DR benyttede indholdet fra det sociale medie, Musical.ly, men det var fra en åben profil med flere hundrede tusinde følgere, og DR's brug af video fra profilen indeholdt ikke følsomt materiale, der var krænkende. Videoklippen blev benyttet til at dokumentere, at unge bliver udnyttet i reklameøjemed af musikindustrien. Pigerne måtte i den sammenhæng trods deres unge alder anses for at være professionelle aktører og ikke børneamatører. Deres forældre var efter sagens oplysninger bekendt med MathildeandRosas professionelle optræden og kontakt til såvel Warner Music samt managementbureauet Hippo. Derfor var DR berettiget til at bruge videomateriale fra MathildeandRosa og bruge det ud fra opfattelsen af, at det er professionelle og ikke børneamatørers leg med musik på sociale medier.

Klager får ikke medhold.

Jesper Termansen, den 14. december 2018