

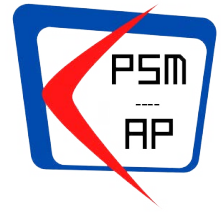
Streaming af public service-tv i platformenes tid

Resultater fra en komparativ undersøgelse af VoD-publicering og personalisering i syv markeder

Hanne Bruun, professor, Aarhus Universitet

Julie Münter Lassen, docent, DMJX

<https://doi.org/10.48785/100/300>

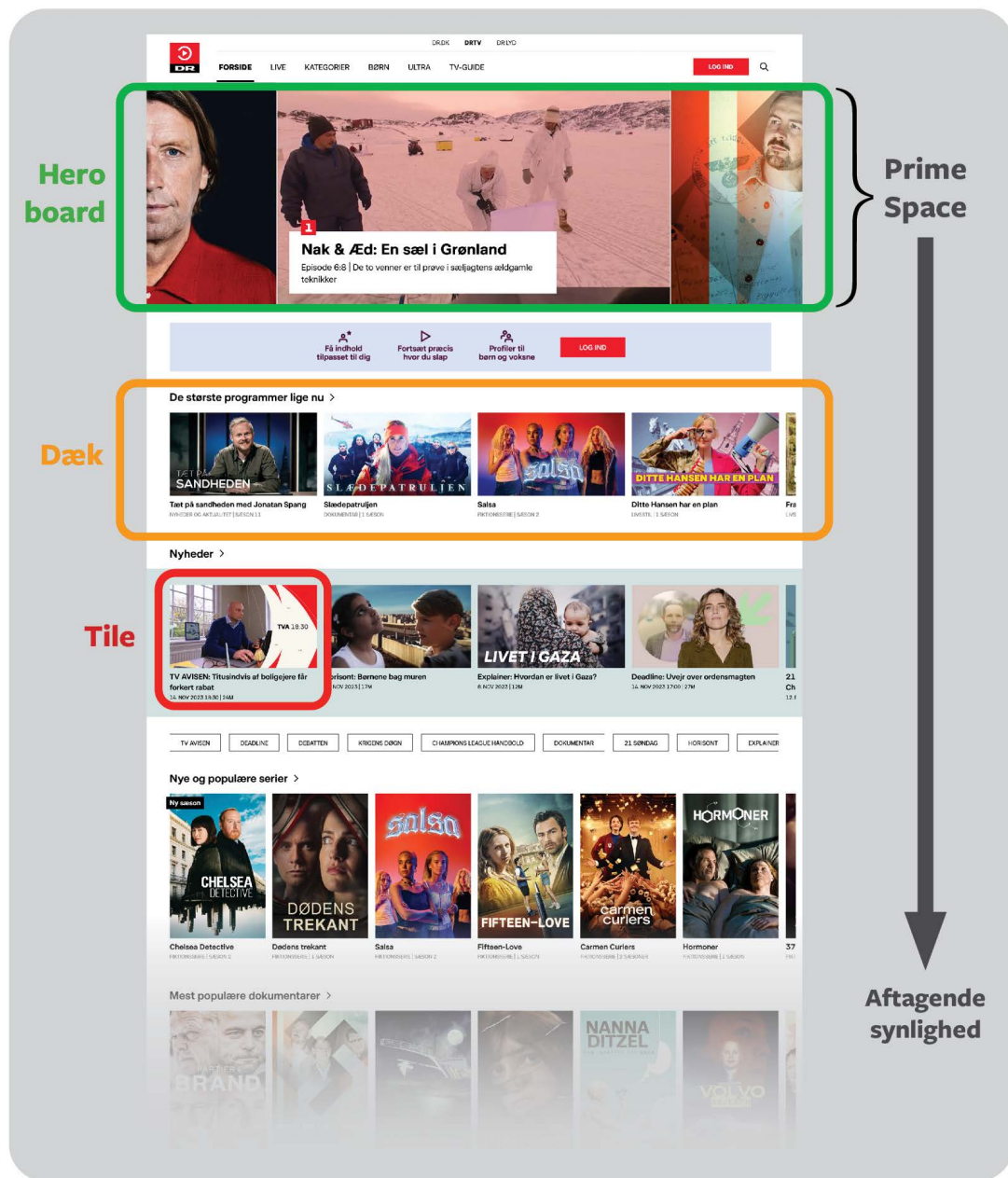


Over hele verden påvirkes public service-medier (PSM) kontinuerligt af samfundsmæssige og teknologiske forandringer. De seneste år har dog medført en række nye udfordringer. Disse omfatter radikale forandringer i befolkningens mediebrug, fremvæksten af streaming-tjenester samt store tech-selskabers dominans. De nye aktører i konkurrencen om brugernes opmærksomhed udfordrer PSM som samfundsinstitution og projekt. De vidtrækkende forandringer i medielandskabet påvirker broadcasterne selv, som ændrer sig til fuldt ud digitale online-first organisationer. Det er på den baggrund, vi her præsenterer udvalgte resultater fra den forskning, vi har udført i løbet af andet år af det komparative forskningsprojekt Public Service Media in the Age of Platforms (PSM-AP). Vi fremlægger her de centrale resultater og fremsætter en række anbefalinger vedrørende PSM-organisationers publicerings- og personaliseringspraksisser. Resultater og anbefalinger er baseret på analyser af public service-mediernes egne video on-demand (VoD) tjenester i de følgende markeder: Belgien (Flandern og Vallonien), Canada, Danmark, Italien, Polen og Storbritannien.

Analyse af PSM VoD-tjenester

I en on-demand-mediekultur forsøger PSM-organisationer i stigende grad at opfylde deres forpligtelser gennem VoD-tjenesterne, der i stadig større udstrækning betragtes som 'hovedindgange' til public service-indholdet. Derfor er det nødvendigt at udvikle metoder til at analysere PSM organisationernes VoD-publiceringspraksisser, i særdeleshed i lyset af at AI-drevet personalisering vinder frem. På nuværende tidspunkt offentliggør organisationerne ikke selv detaljerede data om disse praksisser eller om brugen af VoD-tjenesterne i befolkningen, eksempelvis som del af deres årlige public service-redegørelse. Desuden findes der i de undersøgte lande ikke officielle arkiver med VoD-tjenesternes interfaces og kataloger, hvilket er problematisk af forsknings- såvel som kulturarvmæssige hensyn. Derfor var vi nødt til selv at indsamle data fra VoD-tjenesterne for at kunne analysere publicerings- og personaliseringspraksisser. Denne dataindsamling bestod i at tage screenshots af hver VoD-tjenestes forside med det formål at dokumentere struktur og indhold. Resultaterne af analysen af dette materiale præsenterer vi i denne sammenfatning. Den er baseret på en kvantitativ indholdsanalyse, der sammenligner ti PSM-organisationer, offentligt såvel som kommercielt finansierede, i seks lande: Belgien (RTBF, VRT), Canada (CBC), Danmark (DR, TV 2), Italien (RAI), Polen (TVP) og Storbritannien (BBC, Channel 4, ITV).

I første del af analysen foretog vi et såkaldt reverse engineering-studie af den AI-drevne personalisering på de VoD-tjenester, der var omfattet af public service-forpligtelsen i 2023 (RTBF Auvio, VRT MAX, DRTV, RaiPlay, TVP VOD, BBC iPlayer). Vi oprettede fire konti på hver tjeneste – tre genrebestemte og en neutral. Hensigten var at identificere i hvilket omfang personalisering var implementeret af organisationerne, og at undersøge forholdet mellem redaktionel kuratering og personalisering. I anden del analyserede vi den promoveringsmæssigt mest prominente del af VoD-tjenesternes forsider, det såkaldte prime space (se Figur 1). Prime space er den del af forsiden, der er synlig for brugeren, når tjenesten åbnes, og er VoD'ens modsvar til den lineære kanals prime time. Vi sammenlignede vores fund fra prime space med prime time-programfladen for hver PSM-organisations hovedkanal. Formålet var at identificere, hvorledes PSM-organisationerne anvender genrer, oprindelsesland og målgruppe på deres VoD-tjenester i konkurrencen med globale streaming-tjenester. Begge datasæt blev indsamlet 13.-19. november 2023.



Figur 1: Centrale begreber i analysen af VoD-tjenester.

Hovedresultater

De identificerede publiceringspraksisser viser, at PSM-organisationerne adresserer konkurrencen med de globale streaming-tjenester forskelligt afhængigt af den nationale kontekst men med markante lighedstræk på tværs af markederne. Graden af personalisering varierer fra tjeneste til tjeneste, mens redaktionel kuratering spiller en stor rolle på alle PSM VoD-tjenesterne, selv der hvor graden af personalisering er høj. DRTV og TV 2 Play hører til undtagelserne, men ellers ser vi, at publiceringspraksisserne i prime space imiterer globale streaming-tjenester i forhold til genreprofilen. Dog dominerer nationale produktioner.

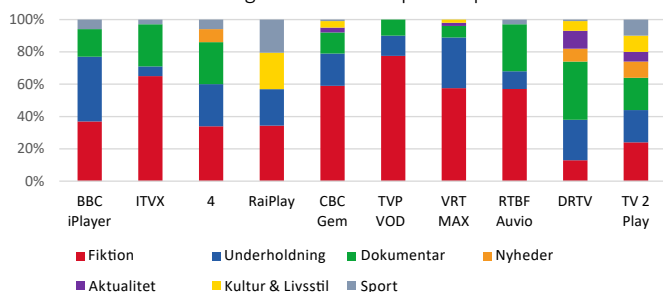


Figur 2: Graden af personalisering på VoD-tjenesterne

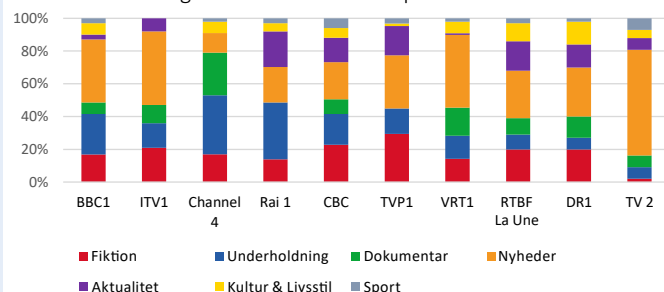
Baseret på en vurdering af ligheder og forskelle mellem den neutrale konto og de genrebestemte konti kan vi konstatere, at graden af AI-drevet personalisering varierer fra lav til forholdsvis høj (se Figur 2). Årsagen til disse forskelle er relateret til omkostningerne ved personalisering, fortsat afhængighed af broadcast-tv i flere markeder, behov for metadata og brugerdata samt overvejelser om public service-identiteten. For alle PSM VoD-tjenesterne, også i det tilfælde hvor graden af personalisering er høj, gælder, at personaliseringen er langt mere begrænset, end hvad tilsvarende studier har vist gør sig gældende på globale streaming-tjenester. Dette skyldes, at AI-drevet personalisering kombineres med redaktionel viden og forståelse (BBC iPlayer, DRTV, VRT MAX).

De fleste VoD-tjenester i undersøgelsen efterligner streaming-tjenester som Netflix i prime space, hvis vi ser på genreprofilen: fiktion, underholdning og dokumentar. Denne strategi er valgt i forsøget på at tiltrække og fastholde et bredt publikum og unge brugere. Live-sending af nyheds- og aktualitetsprogrammer overlades i vid udstrækning til de lineære kanaler. DR og TV 2 går imod denne tendens.

Procentuel fordeling af programmer efter genre i VoD'ens prime space



Procentuel fordeling af programmer efter genre i hovedkanalens prime time

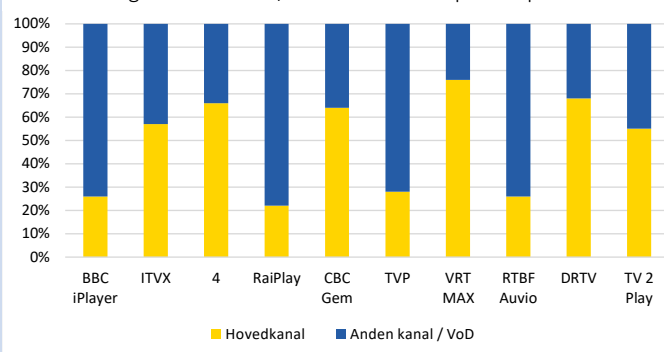


Når vi ser på, hvorvidt indholdet i VoD'ens prime space kommer fra hovedkanalen eller andre kanaler, er der to praksisser i spil:

1: VoD'en er målrettet et bredt publikum ved at vise indhold fra hovedkanalen. Den begrænsede plads, der er til promovning af indhold i VoD'en, bliver en udfordring for forpligtelsen til at betjene de smalle målgrupper (VRT MAX, DRTV, CBC Gem, ITVX og TV 2 Play).

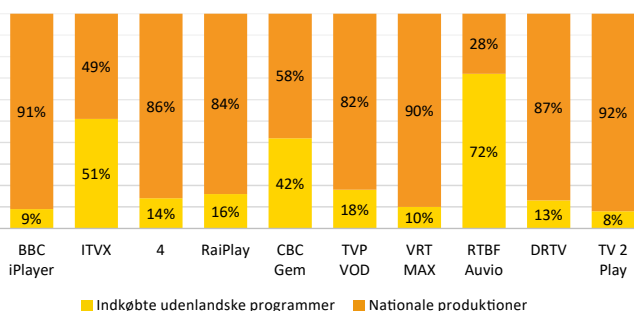
2: VoD'en tilbyder mere indhold fra ungdoms- eller nichekanaler, mens fokus på det nationale sprog fastholdes. Udfordringen er her, hvordan forpligtelsen til at betjene et bredt publikum varetages, når brugerne forlader de lineære kanaler (BBC iPlayer, RaiPlay, RTBF Auvio og TVP VOD).

Procentuel fordeling af programmer fra hhv. hovedkanal og andre kanaler/brands i VoD'ens prime space

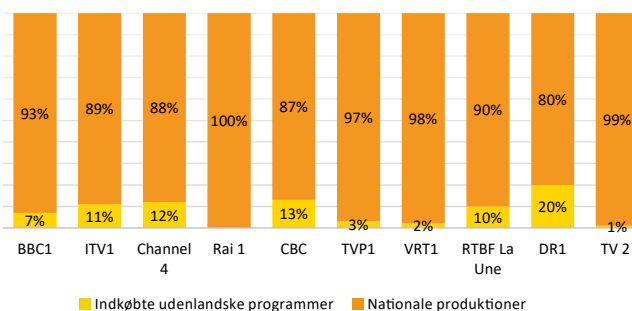


Prioriteringen af nationale produktioner er tydelig i både prime time og prime space. I de tilfælde, hvor vi finder undtagelser i prime space (RTBF Auvio, ITVX, CBC Gem), kan disse forklares af, at det nationale sprog deles med andre (større) markeder. Den begrænsede plads i VoD-tjenestens prime space vanskeliggør muligheden for både at promovere nyt indhold og fremhæve det eksisterende indhold i kataloget. Særligt når brugeren ikke tilgår VoD-tjenesten dagligt, har PSM-organisationerne en udfordring, hvis de ønsker at VoD'en fungerer som hovedindgang til hele porteføljen.

Procentuel fordeling mellem indkøbte udenlandske programmer og nationale produktioner i VoD'ens prime space



Procentuel fordeling mellem indkøbte udenlandske programmer og nationale produktioner i hovedkanalens prime time



Anbefalinger

Incitament til at personalisere PSM

Personalisering bør ansues som en del af PSM's grundlæggende funktionalitet og middel til at imødekomme både public service-forpligtelser og brugernes forventninger i en mediekultur præget af on-demand-tilbud. PSM-organisationerne bør dog tilstræbe en balance mellem redaktionel kuratering og personalisering, dels for at tiltrække brugere, dels for at præsentere og stimulere et mere alsidigt forbrug.

Distinkte indholdsprofiler på PSM VoD'er

PSM bør identificere og anvende indholdsstrategier og publiceringspraksisser, der adskiller dem fra globale streaming-tjenester. DR og TV 2 skiller sig ud fra det generelle billede ved at tilbyde og fremhæve nyheds- og aktualitetsprogrammer på deres VoD-tjenester. Denne distinkte profil bør fastholdes og styrkes på DRTV og TV 2 Play.

Nye metoder til at opgøre online PSM

I takt med at en stadig større del af PSM-organisationernes aktiviteter foregår online med DRTV og TV 2 Play som hovedindgange til indholdet, er det nødvendigt at udvikle nye metoder til at opgøre og dokumentere, hvordan centrale public service-værdier som universalitet, alsidighed og mangfoldighed forvaltes. Sammenlignet med lineært tv's mange kanalporteføljer er den begrænsede plads i VoD'ens prime space en udfordring for disse værdier og for PSM-organisationernes mulighed for at betjene et fragmenteret publikum. Af forskningsmæssige, kulturpolitiske og kulturarvsmæssige hensyn bør VoD-tjenesterne arkiveres af Det Kgl. Bibliotek.

Afrapportering af PSM online-aktiviteter

Den danske medieregulering hænger på flere punkter fast i en broadcast-tid, idet krav til PSM-organisationerne ikke følger den digitale distributionsform. Politisk bør der stilles specifikke krav til PSM-organisationerne om afrapportering ift. indholdsprioriteringer i VoD-tjenesten, brugen af AI-drevet personalisering samt indsamling og brug af persondata.

Om forskningsprojektet

Denne analyse er anden milepæl i PSM-AP, et treårigt forskningsprojekt der undersøger, hvordan public service-medier tilpasser sig i en tid præget af globale platforme. Projektet er støttet af CHANSE ERA-NET co-fund-programme, som har modtaget midler fra EU's Horizon 2020 Research and Innovation Programme, under Grant Agreement nr. 101004509. PSM-AP ledes af Catherine Johnson (University of Leeds, UK), sammen med hovedforskerne Tim Raats (Vrije Universiteit Brussel, BE), Michał Głowacki (Universitetet i Warszawa, PL), Hanne Bruun (Aarhus Universitet, DK) og medforsker Massimo Scaglioni (Università Cattolica del Sacro Cuore, IT), sammen med de postdoktorale forskere Catalina Iordache (Vrije Universiteit Brussel, BE), Dan Martin (University of Leeds, UK), Julie Mejsø Mønter Lassen (Aarhus Universitet/DMJX, DK), Filip Świątkowski (University of Warszawa, PL) og Antonio Nucci (Università Cattolica del Sacro Cuore, IT). Endelig har støtteforskere Jacek Mikucki (University of Warszawa, PL) og Katarzyna Gajlewicz-Korab (University of Warszawa, PL) bidraget. Mere information om projektet kan findes her:

<https://psm-ap.com/>