

Mediatheken der Zukunft

Digitalisierung und öffentlich-rechtlicher Rundfunk

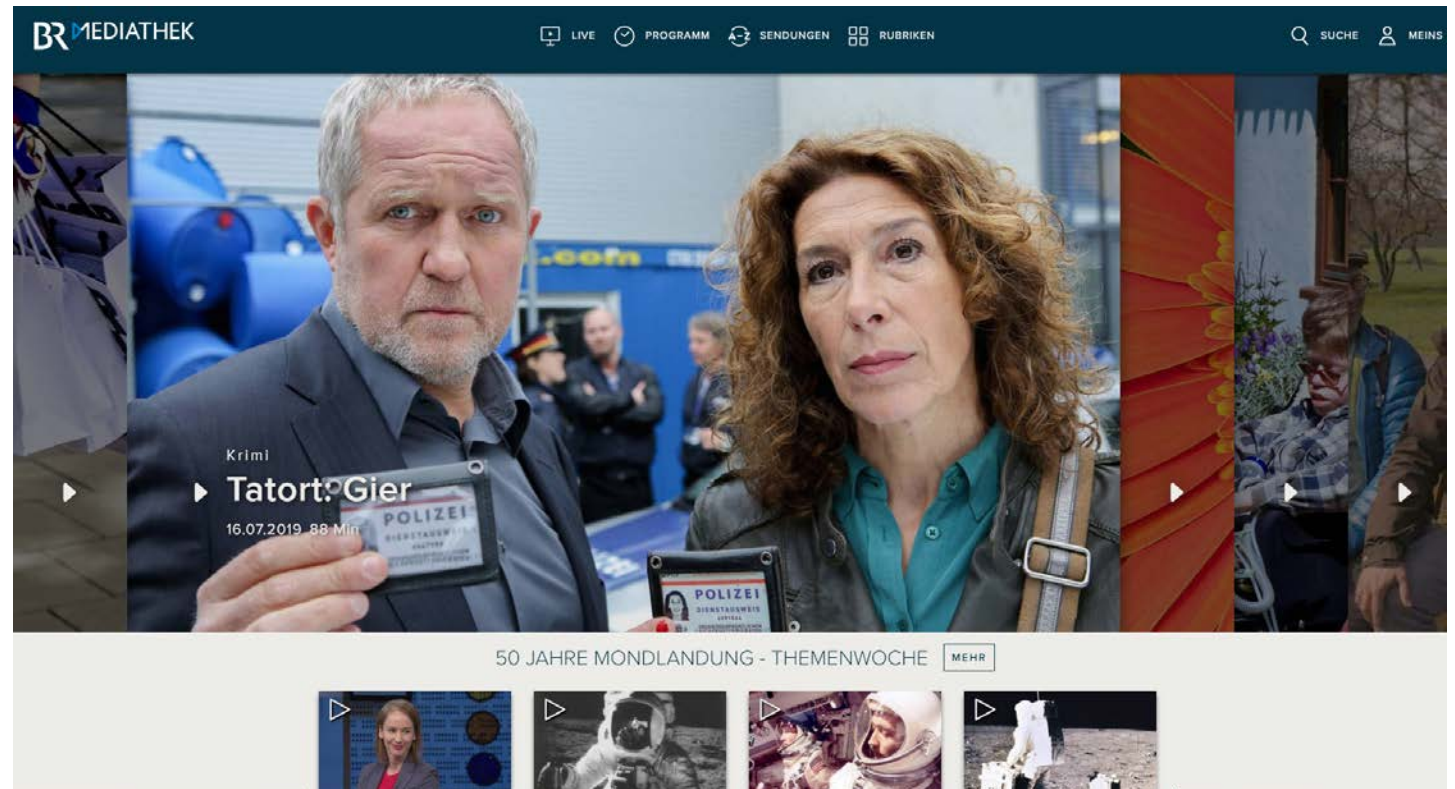
Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Ludwig-Maximilians-Universität München

Donnerstag, 18. Juli 2019



Mediatheken als Herausforderung für öffentlich-rechtlichen Rundfunk

- Medienrecht
- Medienumfeld
- Nutzerverhalten
- Architektur



Öffentlich-rechtlicher Rundfunk vor der Digitalisierung

- Entstehungsgeschichte
 - Staatsfern
 - Demokratiefördernd
 - Öffentlichkeit herstellend
 - Alternativlos
- Die duale Rundfunkordnung
 - Grundversorgung: Information, Unterhaltung, Bildung und Kultur
 - Programmauftrag

Definition Rundfunk

- „Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendepfades unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen. ... Telemedien sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste ... sind“ (Paragraph 2 RStV)

Grundversorgung und Auftrag

- § 11 RStV (1) Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.

Qualitätskriterien

- Vielfalt, Unparteilichkeit, Objektivität, Ausgewogenheit (RStV)
 - Rechtmäßigkeit, Professionalität, Akzeptanz, Aktualität
- Qualität versus Quote
- Auftragserfüllung versus Marginalisierung

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk unter Bedingungen der Digitalisierung

- Digitalisierung der Produktion
 - Digitalisierung der Übertragungswege (IP-TV, DVB-C, HBB-TV.....)
 - Digitalisierung der Inhalte
- Von der Angebotsorientierung zur Nutzerorientierung
- Plattformisierung → **Mediatheken**

Mediatheken

- Digitalisierung der Produktion
- Digitalisierung der Übertragungswege (IP-TV, DVB-C, HBB-TV.....)
- Digitalisierung der Inhalte
- Digitalisierung der Nutzung (zeit-, orts- und geräteunabhängig)

→ Von Sendern zu Plattformen → **Mediatheken**

Parameter öffentlich-rechtlicher Mediatheken

- Unbegrenzte Speicherkapazität,
- Parallele Verfügbarkeit der Inhalte,
- Navigationsproblematik, Suchfunktion, Empfehlungsalgorithmen
- Rundfunkauftrag?
- Qualitätskriterien?

Funktionen öffentlich-rechtlicher Mediatheken

- Zeitversetztes Fernsehen
- Archive (Problem De-Publizierung)
- Eigenständige redaktionelle Angebote (Quasi-Sender)
- Algorithmusbasierte Empfehlungssysteme

Typen von Empfehlungssystemen

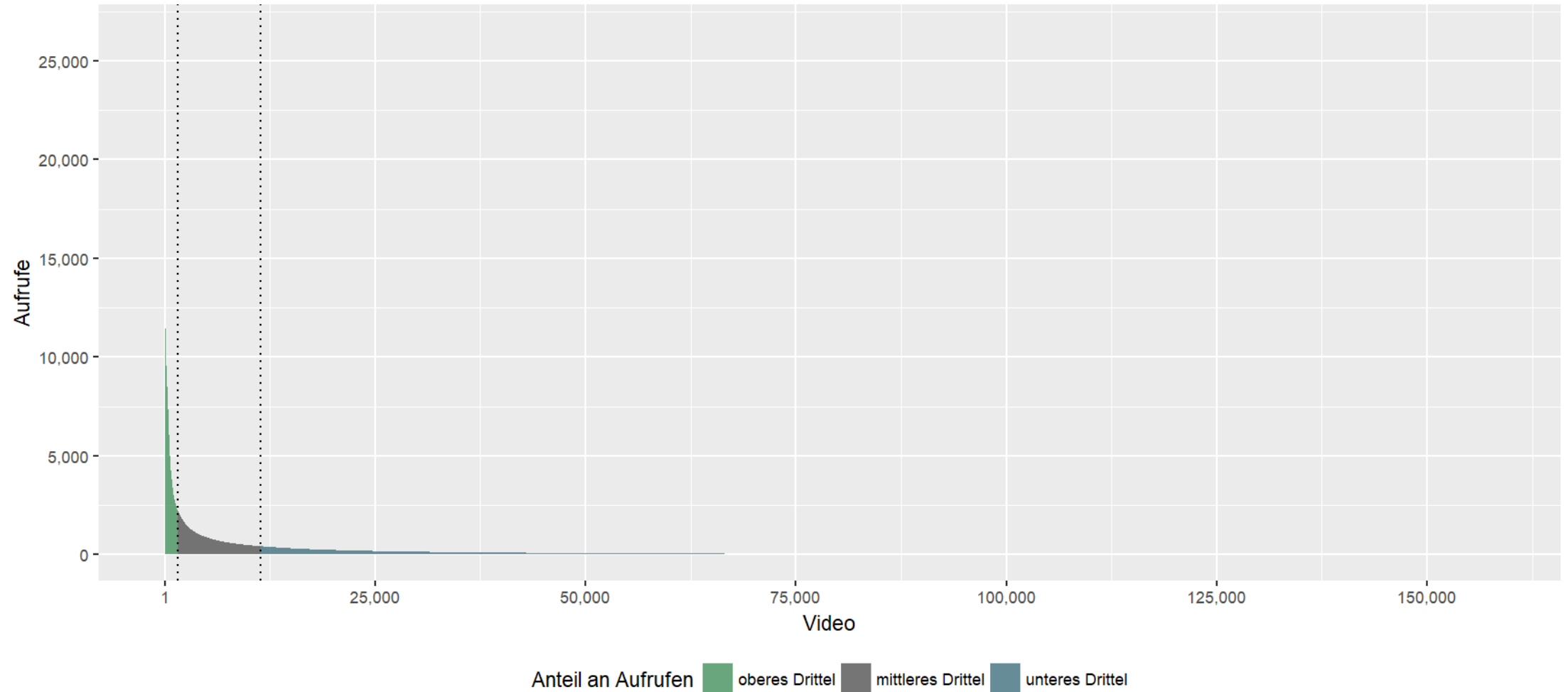
- (Random)
- Popularity: Reichweite, Bewertung von Sendungen/Videos
- Recent Usage (self): Content-based
- Recent Usage (group): Collaboration-based
- (Diversity)
- Hybride Algorithmen

Beispiel: Empfehlungssysteme in der BR Mediathek

- Mediathekentwicklung fokussierte auf drei Empfehlungssysteme:

	Trending	Content-based	Collaborative
Item Cold Start	✓	X	✓
User Cold Start	X	✓	✓
Individuell	X	✓	✓
Vielfalt	X	X	✓

Verteilung der Mediatheksaufrufe



Basis: 25.164.320 Aufrufe von 158.007 Videoclips, Januar 2015 – Dezember 2016
 Quelle: BR SEP, eigene Auswertung

Probleme

- Medienrecht zielt auf lineares Fernsehen
- Nutzung geht Richtung Mediatheken/Plattformen
- Frage der Auftragserfüllung
 - Akzeptanz
 - Vielfalt
 - Aktualität
- Fremdplattformen wie Youtube?

VIELEN DANK FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT!

Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Ludwig-Maximilians-Universität München

brosius@ifkw.lmu.de