



LIIDU SISEPOLIITIKA PEADIREKTORAAT  
POLIITIKAOSAKOND B: STRUKTUURI- JA  
ÜHTEKUULUVUSPOLIITIKA

KULTUUR JA HARIDUS

# JUURDEPÄÄSU AVALIK-ÕIGUSLIKUD JA ÄRIMUDELID DIGITAALAJASTUL

## KOKKUVÕTE

### Lühikokkuvõte:

Käesolevas aruandes antakse ülevaade laiemale avalikkusele infosisu edastamise viisi praeguse olukorra ja võimaliku arengu kohta Euroopas, sealhulgas avaliku sektori ja kommertspakkujate kogemustest. Tuvastatud probleemide ja nende põhjuste alusel antakse mitmeid soovitusi, kuidas lahendada digitaalajastu probleeme seoses juurdepääsuga infosisule Euroopas.

Käesoleva dokumendi koostamist taotles Euroopa Parlamendi kultuuri- ja hariduskomisjon.

## **AUTORID**

Claudio Feijoo, Sven Lindmark, Juan Pablo Villar, Carlota Tarín, Javier Gelabert, Beatriz Matía

## **VASTUTAV ADMINISTRAATOR**

Markus J. Prutsch  
Poliitikaosakond B: struktuuri- ja ühtekuuluvuspoliitika  
Euroopa Parlament  
B-1047 Brüssel  
E-post: [poldep-cohesion@europarl.europa.eu](mailto:poldep-cohesion@europarl.europa.eu)

## **TOIMETUSE ASSISTENT**

Lyna Pärt

## **KEELEVERSIOONID**

Originaal: EN.  
Tõlked: DE, FR.

## **TEAVE VÄLJAANDJA KOHTA**

Poliitikaosakonnaga saab ühendust võtta ning selle igakuist teabelehte on võimalik tellida aadressil: [poldep-cohesion@europarl.europa.eu](mailto:poldep-cohesion@europarl.europa.eu)

Käsikiri valmis aprillis 2013. aastal.  
© Euroopa Liit, 2013.

Dokument on internetis kättesaadav aadressil:  
<http://www.europarl.europa.eu/studies>

## **VASTUTUSE VÄLISTAMISE SÄTTED**

Käesolevas dokumendis väljendatud arvamuste eest vastutab ainuisikuliselt autor ning need ei väljenda tingimata Euroopa Parlamendi ametlikku seisukohta.

Teksti reprodutseerimine ja tõlkimine on lubatud mitteärilistel eesmärkidel, kui viidatakse allikale ja teavitatakse sellest eelnevalt väljaandjat ning saadetakse talle koopia.

## LÜHENDITE LOETELU

**Apps** Rakendustarkvara

**EL** Euroopa Liit

**IKT** Info- ja kommunikatsioonitehnoloogia

**PC** Personaalarvuti

**TV** Televisioon

## KOKKUVÕTE

### Ulatus ja metodoloogia

Käesolevas aruandes antakse ülevaade nii kommerts- kui ka avaliku kultuuri- ja loomesisu edastamise ja laiemal avalikkuse juurdepääsuviisi praegusest olukorrast ja arengust Euroopas. Aruandes tuvastatakse digitaalajastule ülemineku suundumused, takistused ja otsustavad tegurid ning selle põhjal esitatakse soovitude kogum.

Meedia- ja infosisu sektor hõlmab mitmeid tööstusharusid, sealhulgas muusika-, filmi- ja videotööstust, kirjastustööstust (raamatud, ajalehed ja ajakirjad) ja ringhäälingu tööstust (raadio ja TV) ning mõnikord ka videomängu- ja muude infoteenuste tööstust (uudisteagentuurid, -portaalid, kataloogid jne). Need tööstusharud hõlmavad mitmeid erinevaid tegevusi (näiteks salvestamine, avaldamine, esitamine, turustamine, eetrisse andmine ja jaemüük), mis on korraldatud väärtusahelatesse kolme peamise etapiga: tootmine, turustamine ja tarbimine.

Aruandes analüüsitakse kommerts- ja avalikku infosisu eraldi. Kõigepealt analüüsitakse nelja peamist (äri) tööstusharu meedia- ja infosisu sektoris (filmid, videomängud, raamatud ja ajalehed) eesmärgiga tuua esile digiteerimisest tingitud segadust, nende ühiseid omadusi ja nende erinevusi tööstusharude lõikes ning võimalikke mõjusid nende edasisele arengule. Nimetatud tööstusharud valiti nende sarnasuste järgi avaliku infosisuga (filmide, raamatute ja uudiste puhul) ja nende innovatiivse olemuse tõttu (videomängud), et maksimeerida õppetunde avaliku infosisu sektori jaoks.

Kuna sektori infosisu on kommertsinfosisuga võrreldes iselaadne (näiteks regulatiivsed ja avaliku hüve mõjud), uuriti avalikku infosisu eraldi. Lisaks, kuna avalikus sektoris on digiteerimisprotsess alles algusjärgus, aitab nimetatud analüüsistruktuur tuvastada õppetunnid, mida saaks äriotstarbelisest teenuseosutamisest üle võtta ja avalikule infosisule kohandada.

Analüüs hõlmab kogu ELi ning seda toetab alljärgneva seitsme liikmesriigi põhjalikum analüüs: Eesti, Prantsusmaa, Saksamaa, Itaalia, Hispaania, Rootsi ja Ühendkuningriik (teabelehed on esitatud lisas). Andmed on kogutud kirjutuslauauuringust, mis hõlmas 10 põhjalikku intervjuud, ja internetiuuringust (koguti 75 statistiliselt kehtivat uuringut, neist 41 saadi avaliku sektori sidusrühmadelt ja 34 erasektori sidusrühmadelt). Lisaks on tuvastatud mitmed juhtumid. Nende juhtumite lühikirjeldused on lisatud aruandele tekstikastides, et kujutada järeldusi ning näiteks kirjeldatud äri- ja rahastamismudelite põhiaspekte.

Aruande ülesehitus on järgmine: 1. peatükis tutvustatakse käesoleva aruande eesmärki, ulatust, meetodit ja ülesehitust. 2. peatükis antakse ülevaade neljast kommertsinfosisu tööstusharust: filmindus, videomängud, raamatud ja ajalehed, esitades igaühe kohta alljärgnevat teavet: (1) üldine kirjeldus, sealhulgas üldised tulemuslikkuse näitajad praeguse turuolukorra ja digiteerimisele ülemineku kohta; (2) väärtusahela analüüs; (3) uued ärimudelid; (4) finantsilise jätkusuutlikkuse ja rahastamise analüüs; (5) näitlikud juhtumiuuringud ja (6) järeldused.

3. peatükk on pühendatud avalikule infosisule, hõlmates muu hulgas (1) sissejuhatavaid määratlusi; (2) üldist ülevaadet digiteerimise praegusest olekust; (3) digitaalse infosisu ja vastavate ärimudelite kättesaadavust; (4) rahastamisküsimusi; (5) infosisu platvormide rolli ja nende mõju avaliku infosisu edastamisele koos Europeana lühianalüüsiga ning (6) peamiste takistuste tuvastamist, millega avalik sektor digitaalajastule üleminekul kokku puutub. 4. peatükis esitatakse kokkuvõtte uuringu üldiste järelduste kohta ja mitmeid soovitusi, kuidas ergutada digitaalse infosisu kättesaadavust ja taaskasutamist Euroopas.

Lisad sisaldavad teabelehti iga täiendavaks analüüsiks valitud riigi kohta (Eesti, Prantsusmaa, Saksamaa, Itaalia, Hispaania, Rootsi ja Ühendkuningriik) ning samuti internetiuuringute ülevaadet ja viiteid.

Nimetatud kokkuvõtte on kooskõlas aruande ülesehitusega, millele on lisatud üldine sissejuhatus (kommerts- ja avaliku) infosu turgudesse, kus analüüsitakse aruande käigus tehtud järeldusi.

## Infosu turud – üldised omadused ja arengud

Paarkümmend aastat tagasi olid meedia- ja infosu turud suhteliselt küpsed ja neid iseloomustasid suur mastaabiefekt koos märgatavate sisenemist takistavate tõketega (kõrgete tootmiskulude tõttu) ning seetõttu olid need alati kontsentreerumisele. Turud olid kultuuriliselt segmenteeritud ja turustamine oli territoriaalselt jagunenud. Avaliku sektori vaatenurgast olid positiivsed välismõjud meedia- ja infosu sektoris peamiseks argumendiks eri tüüpi avalike poliitikameetmete ja õigusaktide jaoks, sealhulgas mõnel juhul infosu ja teabe otseseks edastamiseks erinevate avalike teenuste kaudu.

Digiteerimine tõi kaasa nimetatud sektori põhjaliku muutumise, vähendades tootmis- ja turustamiskulusid, ning muutused kasutajate tarbimises ning meedia ja infosu tajumises. Need muutused on häirinud infosu tööstusharude struktuuri ja esitavad täiesti uusi väljakutseid. Lisaks on avaliku teabe ja infosu puhul nüüd vähemalt tarbijate seisukohast märkimisväärselt vähem erinevusi kommertstoodetest/-pakkumistest.

Nimetatud tööstuse struktuuri seisukohast on tekkinud uued osalejad ja uus meedia ning kuigi tööstuse mõningad traditsioonilised omadused on püsima jäänud, eelkõige suur mastaabiefekt professionaalse infosu puhul ning märkimisväärsed välismõjud ja kultuurilised eripärad, juhivad uued digitaalajastu sidusrühmad praegu taasvahendamise protsessi. Avalik teave ja infosu hakkab alles nüüd kasutama nende uute osalejate ja uue meedia potentsiaali ning peab veel välja töötama mudeli, mis sobituks avalike eesmärkide ja kommertshuvidega digitaalkeskonnas.

Koos tehnoloogiliste ja sotsiaalmajanduslike muutustega on esile kerkinud veel kaks nähtust, mis avaldavad meedia- ja infosu tööstusele kahjulikku mõju: internetis toimepandav autoriõiguste rikkumine (mida sageli nimetatakse „piraatluseks“) ja tööstuse suutmatkus kasutada digiteerimist, et luua innovatiivseid lahendusi autoriõiguste rikkumisest tulenevate mõjude korvamiseks. Märkimisväärne osa avalikust sektorist jagab seda lühinägelikku hoiakut mitte pakkuda kasutajatele ligitõmbavat digitaalset infosu.

Uuel digitaalmeedial on teatavad konkreetset omadused, mis erinevad traditsioonilisest meediast. Lisaks tootmis- ja turustamiskulude vähendamisele ning suhtlemis- ja meediakogemuse isikustamise võimalustele on uuel meedial väiksemad kulud kaugteenuste osutamisel, luues seeläbi eeldused deterritorialiseerimiseks ja muutes traditsioonilise reguleerimise palju keerulisemaks. Digitaalmeedia isikustamise võime võimaldab ka (vähemalt teoreetiliselt) tarbijate eelistuste paremat rakendamist tarbijate eelistuste nn pika saba ja teenuseosutajate kataloogi loomiseks. Mitteprofessionaalsele infosule ja teabele sisenemist takistavate tõkete vähendamine on loonud uued kasutajate poolt juhitud innovatsioonivormid, kus tarbijad saavad ennast väljendada varasemast palju lihtsamini, esitades väljakutseid nii traditsioonilistele tööstusharudele kui ka olemasolevatele õigusaktidele. Sotsiaalvõrgustike uuendusi on kasutanud ka uued osalejad selle valdkonna turustamissektorisse sisenemiseks. Nimetatud sisenemist takistavate tõkete puudumine on lihtsustanud professionaalse infosu kuritarvitamist ning õigusloome ja poliitikakujundajad ei ole siiani suutnud rakendada selle probleemi suhtes tõhusaid lahendusi, mis näitab, et nad ei saa tarbija vaatepunktist aru.

Lähitulevikku ja keskpikka perspektiivi silmas pidades võib tuvastada mõningaid üldiseid suundumusi meedia- ja infosisu tööstuse arengus: neid saab rühmitada teemade kaupa: tööstuse struktuur, tootmine, turustamine, tarbimine, ärimudelid ja tarbijate käitumine.

Mis puutub **tööstuse struktuuri**, siis jäävad traditsiooniline meedia ja infosisu suurel määral alles, kuid need on väiksemad kui enne digiteerimist (muusikatööstus on siin kõige olulisem näide) ning uued osalejad on selles arengus edasiviivaks jõuks. Uute osalejate (näiteks uued vahendajad IKT sektorist) praegune eesmärk on teha infosisu kaubaks muutmiseks oma peamised ärimudelid, mis on meedia ja infosisu tootmisega ainult kaudselt seotud, seetõttu ei hõlma see tingimata antud tööstusharu osadega traditsiooniliselt seotud „kultuuriliste“ väärtuste jagamist. Samuti toob tööstuse praegune struktuur esile uusi potentsiaalse turgu valitseva seisundi vorme, näiteks platvorme ja neid ümbritsevad ökosüsteeme – siin on peamisteks näideteks mobiiltelefonid ja sotsiaalmeedia (näiteks Android, Apple, Facebook). Need platvormid toimivad mitmetahuliste turgudena, koondades arendajaid, tootjaid, reklaamijaid ja tarbijaid tervikliku ökosüsteemi loomiseks, kus platvormi omanik omab kontrolli selle peamiste omaduste ja arengu üle.

Meedia ja infosisu professionaalne **tootmine** peab üha enam kaaluma oma infosisu avaldamiseks mitmete meediakanalite samaaegset kasutamist – ristmeedia ja transmeedia kogemus. Meedia konglomeraadid kohandavad oma tootmisstruktuure vastavalt sellele uuele paradigmale. Kuid avalik infosisu on traditsiooniliselt olnud suunatud peamiselt ühele meediakanalile (st televisioonile) ning rahaliste vahendite puudumise tõttu on selle laiendamine muudele meediakanalitele keeruline, kui just ei leita täiendavat ärimudelit.

Infosisu **turustamine** on just see valdkond, kus taasvahendamise protsess peamiselt toimub ning kus uued osalejad on sisenenud meedia- ja infosisu valdkonda (näiteks Apple, Netflix). Nende lähenemisviisid turgudele erinevad märkimisväärselt traditsioonilise meedia omadest ning nad muudavad põhjalikult tarbijate kogemust – peamised näited on salvestavad televiisorid, ülepakutud teenused, sotsiaalmeedia või mobiilirakendused. Avalikul infosisul on selle uue ökosüsteemi osaks muutumisel ilmselgeid raskusi, et vältida selle väljasõomist.

Digitaalmeedia ja digitaalse infosisu **tarbimine** üksikisikute poolt toimub üha enam ühendatud keskkonnas, olles interaktiivsem, mobiilsem ja sotsiaalsem, ning kus mitmeid meediakanaleid kasutatakse üksteisele lisaks, kui mitte samaaegselt. Tarbijatest võivad saada ka oma enda infosisu tootjad. Kuid kõik see nõuab digitaalset kirjaoskust, piisavaid kasutajaseadmeid ja uusi oskusi. Seetõttu võib see luua veel ühe digitaalse lõhe.

**Ärimudelid** meedia- ja infosisu valdkonnas on samuti muutumas. Traditsiooniliselt pärinesid meedia- ja infosisu tööstuse tuluvood tellimustest, müügist tarbijatele ja vaatajaskonna tähelepanu müümisest reklaamijatele. Kuid need mõlemad tulumudelid puutuvad nende ülekandmisel digitaalkeskonda kokku konkreetsete raskustega. Reklaami puhul liigub oluline osa sellest traditsioonilistest meediakanalitest üle sotsiaalmeediasse (ja otsingumootoritesse), kus suurema hulga huvitatud tarbijateni jõudmine on palju tõhusam ja kus kerkivad üha enam esile vaatajaskonna personaalset teavitamist hõlmavad ärimudelid. Digitaalsed kinnimakstud lahendused on veel lapsekingades, kus digitaalsed tellimisteenused – kus pilvandmetöötlusel on üha olulisem roll ja hägustab toodete ja teenuste vahelisi erinevusi – asendavad traditsioonilisi toodete ostmise viise. Samuti on esile kerkinud mõned uued ärimudelid, nagu virtuaalsed tooted ja rakendusesisesed ostud, eelkõige mängude valdkonnas. Üldiselt võimaldab digiteerimine võtta kasutusele painedlikumaid ärimudeleid, mis on tarbijate konkreetsetele vajadustele paremini kohandatud. Kuid need ei ole hüvitanud traditsiooniliste ettevõtjate tuluvoogude vähenemist.

## Kommertsinfosisu turud – filmindus, videomängud, raamatud ja uudised

Lisaks nende tööstusharude üldistele suundumustele on igal käesolevas aruandes analüüsitud sektoril oma **eripärad**, mis on alljärgnevalt välja toodud.

Euroopas domineerivad **filmiturul** (kino, video) USA filmid (turuosa on umbes 60%), kusjuures tugev ELi kohalik tootmine on suunatud siseturgudele. Peamiseks digitaalseks väljakutseks on leida sobiv levikanalite süsteemi muudatus uue meedia ja internetis toimepandavate autoriõiguste rikkumiste ohuga toime tulemiseks, et saavutada digitaalsete filmide jätkusuutlik seaduslik pakkumine. Tarbijate seisukohast ei pakuta praegu piirkonnaüleselt litsentside piirangute tõttu piisavalt digitaalseid videoid ja filme. Tegelikult on videote ja filmide internetis toimuv digitaalne tarbimine tarbijate kogukulutustega võrreldes veel väga piiratud (5% 2010. aastal), kuigi filmitoodangut antakse juba praegu peamiselt digitaalsel kujul välja. Filmide digiteerimine vähendab kulusid ja lihtsustab järeltootmist ning võimaldab rakendada innovatiivseid ärimudeleid, mis on paremini kohandatud tarbijate nõudmistele, nagu impulsiivne ostmine, taastootmise kvaliteet, juurdepääsuseadme hind või tüüp.

**Videomängude** tööstus on juba praegu digitaalne tööstusharu seoses tootmise, tarbimise ja osaliselt turustamisega ning see on hea tehnomajanduslike uuenduste näide, mis suudab mängima meelitada üha suuremat osa elanikkonnast. Tegelikult on videomängutööstusel uuritud meedia- ja infosisu tööstuste hulgas kõige suurem interneti teel turustamisest saadud tulude osakaal (42% 2011. aastal). Selline jätkuv liikumine interneti teel turustamise suunas muudab antud sektori traditsioonilist väärtusahelat, häälestades üha enam traditsiooniliste osalejate, nagu kirjastajate ja edasimüüjate rolli. ELi kirjastajatel on suhteliselt tugev positsioon, kaasates üsna suure hulga uuendajaid ja ettevõtjaid mängude arendamise valdkonnas, eelkõige üha kasvavas interneti- või mobiilmängude valdkonnas. Selline vahendamise puudumise protsess soodustab otsest suhet mängude arendajate ja interneti edasimüüjate ning isegi lõpptarbijate vahel. Videomängude ja IKT sektori omavaheline kattumine on lihtsustanud uute tehnoloogiate ja ärimudelitega innovatiivse ökosüsteemi loomist. Mitmeid ärimudeleid on kohandatud kasutajate vajadustele sellistes valdkondades nagu juurdepääsuviisid (veebibrauseri kaudu, arvutisse installeeritud kliendirakendus, mobiilirakendus jne), tasumine (allalaadimise eest tasumine, korduva tellimise eest tasumine, mängulaienduste või mängulaiendustele juurdepääsu eest tasumine, ostetud toodete eest tasumine jne) või mänguseadmed (konsolidid, arvutid, nutitelefonid, tahvelarvutid jne). Üks videomängutööstuse poolt loodud ärimudeleid, „free-to-play“ mudel (ehk nn freemium-mudel) võib avaliku infosisu pakkumise seisukohast huvipakkuv olla, kuna see võimaldab avaliku teenuse, põhieesmärkide ja kommertshuvide lihtsat eristamist.

**Raamatutööstus** on digiteerimisprotsessi hilineja (teatavate märkimisväärsete eranditega nišitoodete, näiteks entsüklopeediate osas). See asjaolu on andnud nimetatud tööstusharule võimaluse õppida teiste meedia- ja infosisu tööstusharude kogemustest. 2012. aastal moodustas e-raamatute turg arenenud riikides (Põhja-Ameerika, EL 5 ja Jaapan) raamatute kogumüügist kõigest 4,5%. ELi seisukohast on see ainuke turg meedia- ja infosisu tööstuses, kus Euroopa ettevõtetel on juhtiv roll. Kuid USA ettevõtted juhivad üleminekut digitaalajastule. Lisaks domineerivad internetis toimivas turustamises ettevõtted, mis ei kuulu kirjastustööstusesse (näiteks Amazon), ning alles üsna hiljaaegu hakkasid kirjastajad käivitama algatusi oma enda turu digitaalsete platvormide rakendamiseks, et müüa oma e-raamatuid internetis. Praegune e-raamatute turg on lihtsalt trükitud raamatute turu digitaalne versioon, kus kasutatakse samu ärimudeleid. Antud turu arengu kõige olulisem element on uued lugemisseadmed: e-lugerid ja tahvelarvutid. Praegu eksisteerivad kaks mudelit koos: suletud mudelid, mis on seotud konkreetsete seadmetega, kus kasutaja saab osta raamatuid seadme tootja kauplustest ega pääse neile juurde ühestki teisest seadmest; ja avatud mudelid, mis põhinevad interneti platvormidel ning kus raamatud on reprodutseeritavad mis tahes seadmes. E-raamatute tulek on muutnud

kulustruktuuri, nagu see on juba toimunud teistes meedia- ja infosisu tööstusharudes. Hinnanguliselt on internetipõhiste mudelite kogukulud 15–25% madalamad kui füüsiliste mudelite puhul. Avaliku sektorite algatused seoses olemasoleva kirjanduse digiteerimisprotsessidega konkureerivad erasektori algatustega. Selline olukord põhjustab liikumist õigusaktidel põhinevalt sekkumiselt lepinguliste või partnerlusmudelitele.

**Ajalehetööstusele** on digiteerimise mõju tõttu saanud osaks tiraažide vähenemine ja suur tulude langus. Paljuski oli traditsiooniline trükimeedia esimene sektor, mida interneti kui teabeallika edu mõjutas. Kuid nõudlus internetis edastatavate uudiste järele on samuti kasvamas koos eri tüüpi tootmisformaatide ja -mudelite ning internetis uudiste levitamise plahvatusliku kasvuga. Seega on sageli osutatud sellele, et interneti ajakirjandusel on potentsiaalne kompenseeriv mõju, isegi kui selle struktuur, oskused ja tõenäoliselt ka väärtused erinevad märkimisväärselt traditsioonilise ajakirjanduse omadest. Ajalehtede üldine ärimudel seisab silmitsi tõsiasjaga, et päevalehtede eest tasumine ja nende lugemine erineb oluliselt nende internetis tasuta lugemisest. Selle tulemusel ei ole internetireklaamidest saadavad tulud suutnud trüki- ja reklaamikulude vähenemist piisavalt hüvitada. Digitaalsed ajalehed on üritanud internetis kopeerida trükiversioonide ärimudeleid, sealhulgas eksemplaride eest maksmise, tellimise ja reklaamitulu mudeleid, kuid seda väga erinevate tulemustega. Mõned ajalehed on katsetanud isegi tasulist mudelit (juurdepääs infosisule tellimise kaudu), kuid pidid sellest loobuma, kuna nad leidsid, et infosisule juurdepääsu müügist saadud tulu ei korvanud reklaamikulusid. Pärast sellist esialgset ebaõnnestumist on ajalehed üritanud uuesti rakendada tasulist mudelit esmasele infosisule, näiteks finantsteabele. Lõpetuseks tundub, et tahvelarvutite ja e-lugemise ilmumine pakub digitaalse ajakirjanduse sektorile samu võimalusi. Paljud ajalehed on käivitanud teenused nende seadmete jaoks koos tellimismudeliga infosisule juurde pääsemiseks. Kuid see on veel liiga algjärgus, et teha üldiselt kehtivaid järeldusi.

## Avalik infosisu

Käesolevas uuringus analüüsitud avalik infosisu hõlmab kultuurilist ja ajaloolist traditsioonilist infosisu ja avaliku sektori teavet, keskendudes avalike teenuste pakkujate ning haridus-, teadus- ja kultuuriasutuste poolt hallatavale kultuurilisele infosisule. Seoses autoriõiguste kaitsega sisaldab avalik infosisu alljärgnevat: (1) üldkasutatavad tööd; (2) tööd, mille autoriõigused kuuluvad avaliku sektori üksusele; (3) tööd, mille autoriõigused kuuluvad eraisikule, kuid mida kaitseb või haldab avaliku sektori üksus (sealhulgas omanikuta ja kaubandusvõrgus mittekahtsaadavad tööd).

Kuigi EL ja liikmesriigid on viimase kümne aasta jooksul teinud digitaalse infosisu kättesaadavuse parandamiseks tohutuid jõupingutusi, on avalik infosisu endiselt digiteerimise algstaadiumis. Kokku on digiteeritud umbes 20% kultuurilisest infosisust, ulatudes 4%-st riigiraamatukogude puhul kuni 42%-ni kunstimuseumite puhul. Lisaks sellele on internetis avalikult kättesaadavaks tehtud üksnes umbes kolmandik digiteeritud infosisust, s.t et internetis on kättesaadav kõigest umbes 6% Euroopa kultuurilisest infosisust.

Digiteerimine on kulukas protsess, eelkõige kui võtta arvesse, et tegelik tehniline muutmine digitaalseks vormiks on ainult üks osa kogu protsessist. Autoriõiguste kindlakstegemine ja autoriõiguste omanikega kokkulepetele jõudmine on eriti kulukas. Euroopas kättesaadava digitaalse infosisu avalikuks tegemise protsess on siiani keskendunud peamiselt digiteerimisprotsessile endale. See on olnud nii Euroopa kui ka liikmesriikide tasandil üsna killustunud tegevus, hõlmates peamiselt lühiajalisi protsesse, mida rahastatakse pigem avaliku sektori kui erasektori vahenditest. Euroopa Komisjoni julgustamisel on rakendatud mitmeid avaliku ja erasektori partnerlusmudeleid. Kuigi need on mõnikord olnud edukad, on nende mudelite puhul esinenud ka mitmeid probleeme. Muu hulgas on avalik sektor seisukohal, et ta peab avalike huvide kaitsmiseks olema projektides juhtival kohal, samal ajal on erasektor seisukohal, et avaliku sektori asutustel puuduvad sageli vajalikud ärilised oskused.



Võttes arvesse piiratud eelarveid, majanduslikku ebakindlust ja digiteerimise suuri kulusid, on välja töötatud uusi äri- ja juurdepääsumudeleid, mis võimaldavad laiemat juurdepääsu kultuurilisele infosisule ja samal ajal tagavad kolmandate isikute autoriõigusi ja seotud intellektuaalomandi õiguste kaitse ning võimaldavad luua tulusid projektide ja teenuste pikaajalise jätkusuutlikkuse tagamiseks. Neid avaliku infosisu jaoks kavandatud ärimudeleid saab kategoriseerida vastavalt sellele, kes on autoriõiguse omanik (üldkasutatav, autoriõigustega, omanikuta infosisu) ja kuidas infosisu kasutatakse (kommertskasutus või mittekommertskasutus). Avaliku infosisu pakkumine kommertsosalejatele kasutamiseks võib olla kas tasuta või hõlmata ühekordse makse või tulude jagamise skeemi (tavaliselt marginaalse kuluga). Mittekommertskasutuseks mõeldud infosisu pakutakse Euroopas valdavalt avaliku juurdepääsu alusel tasuta. Kuid muudes tööstusharudes juba kasutusel olevaid ärimudeleid rakendavad jätkusuutlikkuse tagamiseks üha enam ka pärandi säilitamisega tegelevad ja kultuuriasutused. Enamik kultuuriasutusi ei paku veel võimalusi (või litsentse) nende infosisu kommertskasutuseks ning sellega seotud põhimõtted ei ole veel selged. Avaliku infosisu kommertskasutuse lihtsustamiseks peavad ärimudelid olema välja töötatud spetsiaalselt selle eesmärgi jaoks, luues lihtsad litsentsid taaskasutuse võimendamiseks.

Omanikuta tööd moodustavad suure osa kättesaadavast infosisust. Need tööd tekitavad digiteerimise ja internetis turustamisega seotud probleeme. Hoolimata hiljutisest ELi direktiivist 2012/28/EL on mitmed probleemid endiselt alles: (1) õiguskindlus; (2) majanduslik ebakindlus ja (3) piirangud seoses direktiivi kaasatud kasusaajatega.

Ilmselt on avalik infosisu veel väga varajases digiteerimise etapis ning puutub kokku paljude edasilikumist pidurdavate takistustega. Eelkõige puuduvad digiteerimiseks rahalised vahendid riigiasutuste tõrksuse, ebaküpsete ärimudelite, kõrgete kulude ja kahtlaste tulude tõttu. Lisaks puudub selge nägemus seoses nende digitaalajastusse üleminekuga ning puudub algatustevaheline koordineerimine kõikidel haldustasanditel, sealhulgas ELi tasandil. Lisaks esineb puudujääke infosisu asjakohases haldamises, vähemalt omanikuta tööde puhul, ning puudub üldine kasutajate teadlikkus. Samuti on avaliku sektori asutustes puudu asjakohastest oskustest ning mitmed ja erinevad väikesemahulised läbirääkimised olemasolevate digitaalsete platvormidega piiravad kaasatud avaliku sektori organite läbirääkimisjõudu.

Positiivne on see, et avaliku infosisu järele on tõenäoliselt suur nõudlus, mis ootab asjakohast rahuldamist avaliku sektori heaks töötavate kõrgelt kvalifitseeritud spetsialistide ja valitsuse toetuse (nii otsese toetuse kui ka õigusaktide kaudu) õige kombinatsiooniga. Samuti on vaja koordineerimise kõrget taset intellektuaalomandi õiguste haldamisel ja avaliku infosisu digitaalsel pakkumisel, sealhulgas paremini ühtlustatud raamistikku digitaalsete intellektuaalomandi õiguste jaoks. Kasutajate teadlikkus ja kaasatud (sotsiaalne innovatsioon) tundub olevat otsustav tegur avaliku infosisu tulevase digitaalse pakkumise edus.

## Võimalused, probleemid ja soovitused

Olles tuvastanud Euroopa infosisu võimalused ja probleemid, on siinkohal lõpetuseks välja toodud mitmed soovitused. Ühised **võimalused** meedia- ja infosisu tööstuses, mida ei ole ELis veel täielikult rakendatud, sealhulgas ristmeedia infosisu tootmine, innovatiivsete kasutajakogemuste loomine avaliku infosisu rikkusest, internetipõhise turustamise kasutamine infosisu riigipiiridest kaugemale levitamiseks ning kommertsalgatuste väljavalimine ja sotsiaalne innovatsioon, et vastata avaliku infosisu tootmise ja levitamise eesmärkidele.

Hoolimata paljudest digiteerimisega kaasnevatest eelistest ja võimalustest on mitmed **probleemid** meedia- ja infosisu tööstuses endiselt püsima jäänud. Varustamise poole pealt on peamised probleemid seotud sellega, et digiteerimise eelistest saavad tihtipeale kasu muud osalejad väärtusahelas kui need, kes digiteeritud infosisusse investeerisid, tekitades

vastasseisu selle täieliku ülevõtmise suhtes. Lisaks ohustab digiteeritud kaupu sageli autoriõiguste rikkumine. Tarbijate poole pealt võib endiselt täheldada innovatiivsete lahenduste puudumist, mis suudaksid rahuldada nende kasutatavuse ja kasulikkusega seotud nõudeid – siin on peamiseks näiteks probleemid seoses mitut piirkonda hõlmavate litsentsidega video- ja filmitööstuses. Täpsemalt öeldes peaks lihtne ja tõhus mitme territooriumi litsentside raamistik olema ELis meedia ja infosisu jaoks peamine poliitiline ja õigusloomealane proovikivi koos innovatsiooni ja loomet soodustava intellektuaalomandi korraga, ning mis tunnistab ühiskonna uusi meedia- ja infosisualaseid väljavaateid.

Alljärgnevalt on esile toodud mitmed **soovitused** digitaalajastule ja infoühiskonnale üleminekuga seoses tuvastatud probleemide lahendamiseks.

Käesoleva uuringu esimene soovituste osa keskendub vajadusele digiteerimise, säilitamise ja tehnilise ja äriinnovatsiooni **täiendava rahastamise** järele. Seda investeringut on vaja infosisu digiteerimisest tulenevate positiivsete majanduslike ja ühiskondlike välismõjude tõttu. Kuid rahastamisskeemid tuleb uuesti läbi mõelda. Täiendav rahastamine peaks:

- hõlmama jätkuvat toetust meedia- ja infosisu tööstuse digitaalseks üleminekuks;
- uurima tehnilise ja äriinnovatsiooni arenguid;
- kaaluma peamise võimalusena ristmeedia tootmist;
- looma uusi pikaajalise suunitlusega rahaliste vahendite vorme, eelkõige mittetulunduslike organisatsioonide jaoks;
- looma konkreetseid programme ja vahendeid digitaalmeedia ja digitaalse infosisu valdkonnas tegutsevate ettevõtjate ja uuendajate jaoks, mis hõlmab tugevdamise esimesi etappe;
- olema suunatud Euroopa mitmetahuliste platvormide ja ökosüsteemide loomisele digitaalmeedia ja digitaalse infosisu valdkonnas, kasutades eelkõige neid sektoreid ja valdkondi, milles Euroopa on juhtival kohal;
- soodustama infosisu valdkonnaülest ja piiriülest tootmist ja turustamist;
- soodustama avaliku ja erasektori partnerlust avaliku sektori valdkonnas asjatundlikkuse omandamiseks, olemasolevate tehnoloogiate kasutamiseks ja algatuste rahastamiseks, ning
- ümber kujundama olemasolevad programmid, et vältida algatuste dubleerimist.

Koos rahastamisega peaks Euroopa poliitika olema suunatud ka **kooskõlastamise suurendamisele ja mastaabisäästu loomisele** tehniliste infrastruktuuride kasutamisel; selleks peaks:

- looma mastaabisäästu nii tehnilistes infrastruktuurides kui ka haldusüksustes digitaalse infosisu ja digitaalmeedia tootmiseks ja turustamiseks;
- soodustama tsentraliseeritud või koordineeritud õiguste haldusasutuste teket;
- uurima ja vähendama tehingukulusid digitaalmeedia ja digitaalse infosisu pakkumisel kogu Euroopas;
- võitlema turutõketest tingitud digitaalse infosisu ja digitaalmeedia ebapiisava pakkumise vastu ELi territooriumil;
- kooskõlastama tegevust digitaalse avaliku infosisu pakkumisel, sealhulgas tootmisel, turustamisel, tarbimisel ja olemasolevate platvormidega läbiraakimiste pidamisel;
- tooma infosisu kasutaja juurde: paigutama infosisu olemasolevatesse platvormidesse;

- soodustama avaliku infosisu digitaalsel pakkumisel kooskõlastamist algatuste vahel ja kõikidel tasanditel, eelkõige nende suhetes kommertsalgatustega, ning
- võtma vastu ühtlustatud raamistiku ja meetmete paketi – seaduslike pakkumiste edendamise, kasutajate teadlikkuse, infosisu ja meediaga seotud tehingutesse kaasatud osalejate koostöö, konkreetset õiguslikud meetmed –, et võidelda „ausate kasutajate ausatena hoidmiseks“ internetis toimepandavate autoriõiguse rikkumiste vastu.

Konkreetsed soovitused seoses **mitme territooriumi litsentside** täiustamise ja **intellektuaalomandi õigussüsteemi läbivaatamisega**; selleks peaks:

- parandama digitaalsete intellektuaalomandi õiguste raamistiku ühtlustamist ja läbi vaatama intellektuaalomandi õigussüsteemi, et soodustada innovatiivseid ja loominguilisi arenguid, mida on eelkõige vaja omaniketa tööde puhul;
- kaaluma meedia ja infosisu mitme territooriumi litsentside andmise korra parandamist, sealhulgas kiiret rakendamist olemasolevate litsentside kooskõlastamise kaudu, et ületada olemasolevad turustamise ja tarbimise takistused ELis;
- uurima ja soodustama uusi võimalusi intellektuaalomandi õigussüsteemis (ühised, avatud litsentsid jne);
- soodustama juurdepääsu omanikuta ja kaubandusvõrgus mittekättesaadavatele töödele, ning
- tagama avaliku infosisu haridusliku kasutamise teatavatel tingimustel (soovituslik on avatud juurdepääs).

Neljas soovituste osa on suunatud **avalikule infosisule juurdepääsu parandamisele ja sellega seotud innovatsiooni edendamisele**; selleks peaks:

- meediat ja infosisu käsitleva avaliku poliitika positiivselt ümber mõtlema, sealhulgas hindama infosisu ja teabe otsest pakkumist erinevate avalike teenuste kaudu;
- kaaluma eelkõige kommertsalgatuse ja sotsiaalset innovatsiooni, et vastata avaliku infosisu tootmise ja levitamise eesmärkidele;
- looma avaliku infosisu ümber ökosüsteemi: avatud andmete ja levitamise platvormi algatused;
- katsetama ja kasutama konkreetset tüüpi avaliku infosisu puhul kommertsliku infosisu algatustelt üle võetud uusi paindlikke ärimudeleid, kaaludes eelkõige nn freemium-mudeli kasutuselevõttu, kuna see võimaldab avalikke teenuseid, põhieesmärke ja täiendavaid kommertshuve selgesti eristada;
- uurida ja soodustada kasutajate rolli avalikku huvi pakkuva infosisu tarbijate-tootjatena, ning
- soodustama innovatiivsete kasutajakogemuste loomist avaliku infosisu rikkusest, kõrvaldades praegused takistused, nii et uuendajad ja ettevõtjad saaksid seda õiglaselt kasutada.

Viimane soovitude kogum on suunatud **kasutajate teadlikkuse** tõstmisele ja **kõrgelt kvalifitseeritud spetsialistide koolitamisele**; selleks peaks:

- tõstma kasutajate teadlikkust Euroopa digitaalse pärandi kohta;
- investeerima andesse: looma avalikus sektoris digitaalset asjatundlikkust nõudvaid ametikohti, ning
- looma koos nimetatud tööstusharuga foorumi, et välja töötada Euroopa õppekava meedia- ja infosisu sektori jaoks.

**Programmi „Loov Euroopa“** ülesehitus 2014–2020. aasta mitmeaastase finantsraamistiku kultuuri- ja loomesektori uue raamprogrammina juba vastab osale siin tuvastatud probleemidest. Eelkõige on see kooskõlas mõnede käesolevas aruandes esitatud soovitustega, milleks on: programm jätkab loome- ja kultuurisektori majanduslikku toetamist 2020. aastani; see soodustab piiriülest ja valdkonnaülest tegevust; see keskendub suutlikkuse suurendamisele; selle eesmärk on parandada kasutajate teadlikkust, jõudes uue vaatajaskonnani, ning see käsitleb teataval määral rahastamise killustatust ja projektide lühiajalist perspektiivi.

Kuid mõnda eespool nimetatud soovitustest peaks programm konkreetsemalt käsitlema, näiteks: infosisu ristmeedia tootmine; meedia ja infosisu piiriülene turustamine internetis; ELi avaliku infosisu paigutamine olemasolevatesse digitaalsetesse platvormidesse; Euroopa õppekava loomine; digitaalmeedia ja digitaalse infosisu valdkonnas kõrgelt kvalifitseeritud spetsialistide koolitamine ja töölevõtmine; avatud avaliku infosisu toetamine; avaliku infosisu digitaalse pakkumise ja infrastruktuuride kasutamise edendamine; riskikapitali/esialgsete investeeringute edendamine ja koordineeritud veebipõhise turustamise platvormide julgustamine (avalik infosisu, ajalehetööstus).