



BELSŐ POLITIKÁK FŐIGAZGATÓSÁGA
B. TEMATIKUS OSZTÁLY: STRUKTURÁLIS ÉS KOHÉZIÓS
POLITIKÁK

KULTÚRA ÉS OKTATÁS

A HOZZÁFÉRÉS NYILVÁNOS ÉS
KERESKEDELMI MODELLJEI A DIGITÁLIS
KORSZAKBAN

ÖSSZEFOGLALÁS

Kivonat:

Ez a jelentés áttekintést nyújt annak jelenlegi helyzetéről és lehetséges alakulásáról, hogy a tartalmakat Európában milyen módon bocsátják a széles körű nyilvánosság rendelkezésére, ideértve a közszféra és a kereskedelmi szolgáltatók tapasztalatait is. A feltárt problémák és okok alapján a jelentés ajánlásokat fogalmaz meg arra vonatkozóan, hogy a digitális korszakban, Európában a tartalmakhoz való hozzáférés tekintetében fennálló kihívásokra milyen válaszok adhatók.

Ez a dokumentum az Európai Parlament Kulturális és Oktatási Bizottságának felkérésére készült.

SZERZŐK

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

FELELŐS TISZTVISELŐ

Markus J. Prutsch
Európai Parlament
B. Tematikus Osztály: Strukturális és Kohéziós Politikák
Brüsszel 1047
E-mail: poldep-cohesion@europarl.europa.eu

SZERKESZTŐ ASSZISZTENS

Lyna Pärt

NYELVI VÁLTOZAT

Eredeti nyelv: EN
Fordítás: DE, FR

A SZERKESZTŐRŐL

A B. Tematikus Osztállyal a következő címen léphet kapcsolatba vagy iratkozhat fel a havi hírlevelére: poldep-cohesion@europarl.europa.eu

A kézirat lezárva: 2013. április
© Európai Unió, 2013.

A dokumentum a következő Internet címen érhető el:
<http://www.europarl.europa.eu/studies>

FELELŐSSÉG KIZÁRÁSA

Jelen dokumentumban megfogalmazott véleményért a szerző kizárólagos felelősséggel tartozik, és az nem feltétlenül tükrözi az Európai Parlament hivatalos álláspontját.

A dokumentum nem üzleti célú sokszorosítása és fordítása a forrás megadása és a kiadó előzetes értesítése mellett megengedett, és annak egy példányát a kiadónak meg kell küldeni.

RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE

Apps Alkalmazási szoftver

EU Európai Unió

ICT Információs és kommunikációs technológiák

PC Személyi számítógép

TV Televízió

ÖSSZEFOGLALÁS

Hatókör és módszertan

Ez a jelentés áttekintést nyújt annak jelenlegi helyzetéről és alakulásáról, hogy a kulturális és kreatív – kereskedelmi vagy nyilvános – tartalmakat Európában milyen módon bocsátják a széles körű nyilvánosság rendelkezésére, és az milyen módon fér hozzájuk. Feltárja a digitális korszakra való átállás tendenciáit, akadályait és hajtóerőit, valamint lefekteti egy sor ajánlás alapjait.

A média- és tartalomszolgáltató ágazat egy sor ágazatot foglal magában, ideértve a zenét, a filmet és videót, a lapkiadást (könyvek, hírlapok és folyóiratok), a műsorsugárzást (rádió és TV), időnként videojátékokat és más tájékoztató szolgáltatásokat is (hírügynökségek, portálok, telefonkönyvek stb.). Ezek az ágazatok számos különálló tevékenységet ölelnek fel (pl. felvétel, kiadás, előadás, terjesztés, sugárzás és kiskereskedelem), amelyek egy három fő szakaszból álló értékláncba rendeződnek: előállítás, terjesztés és fogyasztás.

A jelentés a kereskedelmi tartalmakat és a nyilvános tartalmakat külön elemzi. Először elemzést nyújt a média- és tartalomszolgáltató ágazaton belül négy fő (kereskedelmi) ágazatról – a filmről, a videojátékokról, a könyvekről és hírlapokról – a digitalizáció által keltett zavar, az ágazatok közötti közös jellemzőik és eltéréseik, valamint a jövőbeli fejlődésükre gyakorolt lehetséges khatások kiemelésé céljából. Ezen ágazatokat a nyilvános tartalmakkal való hasonlóságok alapján (a filmek, a könyvek és a hírek esetében), illetve innovatív jellegük alapján (videojátékok) választottuk ki, annak érdekében, hogy a nyilvános tartalomszolgáltató ágazat számára a legtöbb tanulsággal szolgáljanak.

A nyilvános tartalmakat az őket a kereskedelmi tartalmaktól elkülönítve, sajátos tulajdonságaik (pl. a szabályozási és a közjavakkal kapcsolatos vonatkozások) alapján vizsgáltuk. Emellett mivel a digitalizációs folyamat a közszférában még kezdeti szakaszban tart, ez az elemzési struktúra segít feltárni a kereskedelmi tartalommegosztásból levonható és a nyilvános tartalmakra alkalmazható tanulságokat.

Az elemzés az EU egészére kiterjed, és az alábbi hét tagállam esetében részletesebb elemzéssel egészül ki: Egyesült Királyság, Észtország, Franciaország, Németország, Olaszország, Spanyolország és Svédország (adatlapok mellékletben). A begyűjtött adatok a másodelemzés, illetve 10 mélyinterjú és egy online felmérés elegendőből származnak (a felmérésre 75 érvényes válasz gyűlt össze, 41 közszférabeli érdekelt féltől, 34 pedig magánszférabeli érdekelt féltől). Emellett több esetet magunk tártunk fel. Ezen esetek rövid leírását szövegdozokban illesztettük a jelentésbe az ismertett üzleti vagy finanszírozási modellel kapcsolatos megállapítások és főbb szempontok szemléltetése céljából.

A jelentés a következő részekből áll: Az 1. fejezet ismerteti a jelentés célját, hatókörét, módszerét és szerkezetét. A 2. fejezet áttekinti a négy kereskedelmi tartalomszolgáltató ágazatot: a filmeket, a videojátékokat, a könyveket és a hírlapokat, mindegyikük esetében az alábbiakra kiterjedően: 1) általános áttekintés – többek között általános teljesítménymutatókkal – a piac és a digitalizációra való átállás jelenlegi helyzetéről; 2) az értéklánc elemzése; 3) új üzleti modellek; 4) a pénzügyi fenntarthatóság és a finanszírozás elemzése; 5) szemléltető esettanulmányok; és 6) következtetések.

A 3. fejezetet a nyilvános tartalmaknak szenteljük, és részei 1) bevezető fogalom meghatározások; 2) általános áttekintés a digitalizáció helyzetéről; 3) a digitális tartalmak és a megfelelő üzleti modellek elérhetősége; 4) finanszírozási kérdések; 5) a tartalomszolgáltató platformok szerepe és a nyilvános tartalomszolgáltatásra gyakorolt hatása, az Europeana rövid vizsgálatával; és 6) a digitális korszakra való áttérés során a közzféra előtt álló főbb akadályok feltárása. A 4. fejezet összegzi a tanulmány általános következtetéseit és egy sor ajánlást fogalmaz meg arra vonatkozóan, hogy a digitális tartalmak elérhetősége és újrafelhasználása miként ösztönözhető.

A mellékletek tartalmazzák a részletes elemzésre kiválasztott egyes országokra (Egyesült Királyság, Észtország, Franciaország, Németország, Olaszország, Spanyolország és Svédország) vonatkozó adatlapokat, valamint az online felmérés összefoglalóját és a hivatkozásokat.

Ez az összefoglaló a jelentés szerkezetét követi, és kiegészül egy, a (kereskedelmi és nyilvános) tartalmak piacára vonatkozó általános bevezetővel, amely a jelentés megállapításait összegzi.

A tartalmak piaca – általános jellemzők és fejlemények

Mintegy két évtizeddel ezelőtt a média- és a tartalomszolgáltató ágazat viszonylag érett volt, amelyet jelentős mérethozadék és változatossági hozadék jellemzett, a belépésnek (a magas előállítási költségek miatt) konkrét korlátai voltak, és ezért a piac hajlamos volt a koncentrációra. A piac kulturálisan szegmentált, a terjesztés pedig területileg leosztott volt. A közzféra szempontjából a média és a tartalom pozitív externáliákat hoztak fel az eltérő állami politikák és szabályozások melletti fő érvként, amelyek között néhány esetben a tartalom- és információszolgáltatás különféle közszolgáltatások általi biztosítása is szerepelt.

A digitalizáció gyökeres átalakulásokat eredményezett az ágazatban, mivel csökkentette az előállítás és a terjesztés költségeit, valamint a felhasználó média- és tartalomfogyasztási és -felfogási szokásait is megváltoztatta. E változások zavart okoztak a tartalomszolgáltató ágazatok szerkezetében, és teljesen új kihívásokat jelentenek. Emellett a nyilvános információk és tartalmak esetében jelenleg – legalábbis a fogyasztó szemszögéből – sokkal kisebb a kereskedelmi termékektől/kínálattól való eltérés.

Ami az ágazat szerkezetét illeti, új szereplők és új orgánusok jelentek meg, és ugyan az ágazatra valamelyest továbbra is jellemző az elmaradottság –különösen ami a professzionális tartalmak jelentős mérethozadékát és változatossági hozadékát, illetve a jelentős externáliákat és a kulturális különbségek meglétét illeti –, a többszörös közvetítés folyamatát jelenleg az új digitális szereplők vezetik. A nyilvános információk és tartalmak még csak most kezdik kibontakoztatni az ezen új szereplőkben és az új orgánusokban rejlő potenciált, és további feladat megtalálni azt a modellt, amely a digitális környezetben összeegyezteti a közcélokot és a kereskedelmi érdekeket.

A technológiai és társadalmi-gazdasági változások mellett két további jelenségnek volt kedvezőtlen hatása a média- és a tartalomszolgáltató ágazatra: a szerzői jogok online megsértésének (amelyet gyakran „kalózkodásnak” neveznek), valamint annak, hogy az ágazat nem tudta kihasználni a digitalizációt arra, hogy a szerzői jogok megsértésének hatásait ellensúlyozó, innovatív megoldásokat dolgozzon ki. A közzféra jelentős részére jellemző ez a rövidlátás, miszerint a felhasználók számára nem nyújtanak vonzó digitális tartalmakat.

Az új digitális médiát a hagyományos médiától néhány sajátos jellemző különbözteti meg. Az előállítási és terjesztési költségek csökkenése, illetve az interakció és a médiaélmény személyessé tétele mellett az új médiának előnyt jelent a távolból nyújtott

szolgáltatás költségeinek csökkenése, amely ösztönzőket teremt a deterritorializációra, és megnehezíti a hagyományos szabályozást. A digitális média személyre szabhatósága emellett – legalábbis elméletben – lehetővé teszi a fogyasztói preferenciák megfelelőbb figyelembevételét a hosszú távú fogyasztói preferenciák és a szolgáltatói katalógus számára. A nem professzionális tartalmakra és információkra vonatkozó belépési korlátok csökkenése a felhasználóvezérelt innováció új formáit hozta létre, amelyekben a fogyasztók könnyebben kifejezhetik magukat, mint valaha, ami mind az elmaradott ágazat, mind a meglévő szabályozás számára kihívást jelent. Az új szereplők a szociális hálózatok innovációit is kihasználták arra, hogy e területen belépjenek a terjesztési ágazatba. A korlátok hiánya ugyanakkor megkönnyítette a professzionális tartalmakkal való visszaélést is, és a szabályozóknak és a politikaformálóknak eddig nem sikerült hathatós megoldásokat találniuk a problémára, ami a fogyasztói szemszög megértésének hiányáról tanúskodik.

A jövőben rövid és középtávon a média- és a tartalomszolgáltató ágazat fejlődésében néhány általános tendencia ismerhető fel: Ezek tematikusan csoportosíthatók: az ágazat szerkezete, előállítás, terjesztés, fogyasztás, üzleti modellek és fogyasztói viselkedés.

Ami az **ágazat szerkezetét** illeti, az elmaradott média és tartalomszolgáltatás nagyrészt tovább él majd, de a digitalizáció előttinél szűkebb lesz – ezt jól példázza a zeneipar is –, és fejlődésének hajtóerejét az új szereplők jelentik majd. Az új szereplők (azaz az IKT-ágazatból érkező új közvetítők), akik fő üzleti modellje jelenleg a tartalmak áruvá alakítását célozza, csak közvetetten kapcsolódnak a média és a tartalom előállításához, ezért nem szükségszerűen osztják az ágazat e részéhez hagyományosan kapcsolódó „kulturális” értékeket. Az ágazat jelenlegi szerkezete továbbá a piaci erőfölény új formáit jeleníti meg, így például platformokat és az őket körülvevő ökoszisztémákat, amelyekre jó példa a mobil és a szociális média (pl. Android, Apple, Facebook). A platformok sokoldalú piacokként viselkednek, és fejlesztőket, gyártókat, hirdetőket és fogyasztókat fog össze teljes ökoszisztémává, amelyben a platform tulajdonosa irányítja annak főbb jellemzőit és fejlődését.

A média és a tartalmak professzionális **előállítása** során a tartalom közzététele szempontjából egyre nagyobb mértékben egyidejűleg több médiát is figyelembe kell venni – a médiaközi vagy többplatformos élményt. A médiakonglomerátumok előállítási szerkezetüket jelenleg ehhez az új paradigmához igazítják. Ugyanakkor azok a nyilvános tartalmak, amelyeket korábban egy konkrét orgánusra (pl. a televízióba) szántak, valamint az erőforrások hiánya megnehezíti a többi orgánusra való kiterjesztést, hacsak nem sikerül kiegészítő üzleti modellt találni.

A tartalmak **terjesztése** az a fázis, amelyben a többszörös közvetítés folyamata többnyire lezajlik, és amelyben a média- és tartalomszolgáltató területen új szereplők jelentek meg (pl. Apple, Netflix). Piaci megközelítésük gyökeresen eltér az elmaradott médiáétól, és nagymértékben átalakítják a fogyasztói élményt – ennek jó példái az időcsúsztatás a TV-n, az over-the-top szolgáltatások, a szociális média vagy a mobil alkalmazások. A nyilvános tartalmak nehezen tudnak beépülni az új ökoszisztémába anélkül, hogy bekebeleznék őket.

A digitális média és tartalmak magánszemélyek általi **fogyasztására** egy egyre inkább összekapcsolódó, egyre interaktívabb, egyre mobilisabb, egyre szociálisabb környezetben kerül sor, amelyben egymást kiegészítve – vagy akár egyidejűleg – több orgánumot is használnak. A fogyasztók saját tartalmaik előállítóivá is válhatnak. Mindehhez azonban digitális jártasságra, megfelelő felhasználói felszerelésre és új készségekre van szükség. Ezért ez egy újabb digitális szakadékot hozhat létre.

Változnak a média és a tartalomszolgáltatás **üzleti modelljei** is. A média- és tartalomszolgáltató ágazat bevételi forrásai hagyományosan az előfizetésekből, a fogyasztóknak történő értékesítésekből, illetve a közönség figyelmének a hirdetőkhöz való eladásából származnak. Ám mindkét bevételi modell sajátos nehézségekkel szembesül, amennyiben egy digitális környezetre akarjuk alkalmazni őket. Ami a hirdetést illeti, annak jelentős része a hagyományos médiáról a szociális médiára (és a keresőmotorokra) helyeződik át, ahol az érdeklődő fogyasztók szélesebb körét éri el hatékonyabban, és ahol a közönség személyes adatait felhasználó üzleti modell egyre hangsúlyosabbá válik. A fizetős digitális megoldások még gyerekcipőben járnak, a digitális előfizetési szolgáltatások pedig – amelyekben a számítási felhő egyre fontosabb szerepet kap, és elmosza a termékek és szolgáltatások közötti határvonalat – felváltják a hagyományos termékvásárlásokat. Megjelentek továbbá új üzleti modellek is, például a virtuális elemek vagy az alkalmazáson belüli vásárlások, amelyek a szerencsejátékokra jellemzők. A digitalizáció általában lehetővé teszi rugalmasabb, a fogyasztók egyedi szükségleteihez jobban igazodó üzleti modellek bevezetését. Ezek azonban nem ellensúlyozták a hagyományos üzletvitel bevételi forrásainak visszaesését.

Kereskedelmi tartalompiacok – film, videojátékok, könyvek és hírek

Ezen általános tendenciák mellett a jelentésben elemzett ágazatok mindegyikének megvannak a **sajátosságai**, amelyeket az alábbiakban ismertetünk.

Európában a **film** (mozi, video) piacát az amerikai filmek uralják (piaci részesedésük kb. 60%), a helyi piacokat pedig erőteljes helyi uniós produkciók célozzák meg. A legfőbb digitális kihívás – a digitális filmek fenntartható és legális kínálatának elérése érdekében – a bemutatási intervallumok rendszere megfelelő módosításának megtalálása az új média kezelése, valamint a szerzői jogok online megsértésével kapcsolatos veszélyek elhárítása céljából. A fogyasztó szemszögéből jelenleg az engedélyek korlátozottsága miatt még nincs elegendő, a területeken átívelő kínálat digitális videókból és filmekből. A videók és filmek online digitális fogyasztása az általános fogyasztói költségekhez képest továbbra is igen korlátozott (2010-ben 5%), noha a filmgyártás már főként digitális formátumban valósul meg. A filmek digitalizálása csökkenti a költségeket, és egyszerűbbé teszi az utómunkálatokat, valamint lehetővé teszi a felhasználói igényekhez – például impulzusvásárlás, reprodukciós minőség, ár vagy a leolvasóeszköz típusa tekintetében – jobban igazodó, innovatív üzleti modellek alkalmazását.

A **videojáték-ágazat** az előállítás, a fogyasztást és részben a terjesztést is tekintve már digitális ágazat, és a technológiai-gazdasági innovációk kirakata, amely a népesség egyre nagyobb arányát képes szerencsejátékokra csábítani. A vizsgált média- és tartalomszolgáltató ágazatban a videojáték-ágazatban legmagasabb az online terjesztésből származó bevételek százalékos aránya (2011-ben 42%). Az online terjesztésre való, folyamatban lévő átállás megváltoztatja az ágazat hagyományos értékláncát, és egyre jobban elhomályosítja a hagyományos szereplőket, például a kiadók és terjesztők szerepét. Az uniós kiadók pozíciója meglehetősen erős, és a játékfejlesztés területén – különösen az online és mobil szerencsejátékok bővülő szegmensében – jelentős számú innovátor és vállalkozó működik. A közvetítői tevékenység visszaszorulási folyamata a játékfejlesztők és az online kiskereskedők vagy akár végfogyasztók közötti közvetlen kapcsolatnak kedvez. A videojátékok és az IKT-ágazat között átfedés lehetővé tette egy innovatív, új technológiákkal és üzleti modellekkel működő ökoszisztéma létrehozását. Többfajta üzleti modell is igazodik a felhasználói igényekhez olyan területeken, mint a hozzáférési módok (internetes böngésző, a számítógépre telepített ügyfélalkalmazás, mobil alkalmazás stb.), a fizetés (letöltésenkénti fizetés, ismételt előfizetéses fizetés, fizetés játékbővítésekért vagy a játékbővítésekhez való hozzáférésért, fizetés vásárolt elemenként stb.), illetve a játékeszközök (konzolok,

számítógépek, okostelefonok, táblagépek stb.). A videojáték-ágazat által létrehozott egyik üzleti modell, a „free to play” (vagy „freemium”) modellérdekes lehet a nyilvános tartalmak szolgáltatása szempontjából, mivel lehetővé teszi a közszolgáltatás, az alapvető célok és a további kereskedelmi érdekek közötti egyszerű különbségtételt.

A **könyvágazat** a digitalizációs folyamat mögött kullog (néhány réstermék, például lexikonok kivételével). Ez lehetővé tette az ágazat számára, hogy tanuljon a többi média- és tartalomszolgáltató ágazat tapasztalataiból. Az e-könyvek piaca a fejlett országokban (Észak-Amerikában, az EU 5 nagy tagállamában és Japánban) 2012-ben az összes könyvértékesítésnek csupán 4,5%-át tette ki. Az Unió szempontjából ez az egyetlen olyan piac a média- és tartalomszolgáltató ágazatban, amelyben az európai vállalkozások vezető pozícióban vannak. Ugyanakkor a digitális korszakra való átállást az egyesült államokbeli vállalatok vezetik. Emellett az online terjesztést a könyvkiadó ágazaton kívüli társaságok uralják (pl. Amazon), és a kiadók csak a legutóbbi időben kezdtek olyan kezdeményezésekbe, amelyek célja az e-könyvek online értékesítését szolgáló saját digitális piaci platformok bevetése. Az e-könyvek piaca jelenleg pusztán a papíralapú piac digitális változata, amely ugyanazon üzleti modelleken alapul. A piac fejlődésének kulcsfontosságú elemei az új olvasóeszközök: az e-könyv-olvasók és a táblagépek. Jelenleg kétféle modell létezik egymás mellett: a speciális eszközökhöz kapcsolódó, zárt modellek, amelyben a felhasználó csak az eszköz gyártójának áruházában vásárolhat meg könyveket, és más eszközökről nem fér hozzájuk; illetve az online platformokon alapuló, nyitott modellek, amelyek esetében a könyvek bármely eszközön reprodukálhatók. Az e-könyvek megjelenése megváltoztatta a költségszerkezetet, amint az a többi média- és tartalomszolgáltató ágazatban is történt. Becslések szerint az online modellek összköltsége 15–25%-kal alacsonyabb a fizikai modelleknél. A meglévő irodalom digitalizációs folyamatára irányuló közkezdeményezések magánkezdeményezésekkel versengenek. A helyzet a szabályozáson alapuló beavatkozásról a szerződéses vagy partnerségi modellre való áttérést hozza magával.

A **hírlapágazat** a digitalizáció hatására a példányszámok csökkentésével és a bevételek határozott zuhanásával szembesül. Több szempontból is a hagyományos nyomtatottsajtó-ágazatot sújtotta elsőként az internet mint információforrás sikere. Az online hírek iránti igény ugyanakkor együtt növekszik a formátumok, előállítási modellek és online hírterjesztési formák robbanásszerű gyarapodásával. Ezért az online újságírásról gyakran mondják, hogy kompenzációs hatása lehet, annak ellenére, hogy szerkezete, készségei és talán értékei is jelentősen eltérnek a hagyományos újságíráséitól. Az újságok általános üzleti modellje azzal a valósággal szembesül, hogy a napilap megvásárlása és elolvasása nem ugyanaz, mint ha ingyenesen, online olvassuk. Következésképpen a nyomtatási és hirdetési bevételek visszaesését nem ellensúlyozza kellő mértékben az online hirdetési bevételek növekedése. A digitális újságok a nyomtatott verzió üzleti modelljeit próbálták online leutánozni, a példányonkénti fizetési, előfizetési és hirdetési bevételek modelljeit is ideértve, változó sikerrel. Néhány újság a „fizetőfal” (a tartalomhoz való hozzáférés előfizetés útján) modellel kísérletezett, de visszakozni kényszerült, mivel rájött, hogy a tartalomhoz való hozzáférésekből származó bevétel nem ellensúlyozza a hirdetési veszteségeket. E kezdeti kudarc után az újságok a kiemelt tartalmakra, például a pénzügyi információkra vonatkozóan próbálták meg újra bevezetni a „fizetőfal” modellt. Végül úgy tűnik, hogy a táblagépek és az e-könyv-olvasók megjelenése a digitális sajtóágazat számára is teremt esélyeket. Több újság indított ezen eszközökre szánt szolgáltatásokat, a tartalomhoz való előfizetéses hozzáférés modelljén alapulva. Egyelőre azonban még túl korai lenne általánosan érvényes következtetéseket levonni.

Nyilvános tartalmak

Az e tanulmányban elemzett nyilvános tartalmak kulturális és történeti örökséggel kapcsolatos tartalmakat és a közsféra információit foglalják magukba, a hangsúlyt a közszolgálati műsorszórók, az oktatási, kutatási és kulturális intézmények birtokában lévő kulturális tartalmakra helyezve. A szerzői jogok védelme tekintetében a nyilvános tartalmak az alábbiakat foglalják magukba: 1) nyilvánosan hozzáférhető művek; 2) olyan művek, amelyek szerzői joga egy közszervezet birtokában van; 3) olyan művek, amelyek szerzői joga magánszemélyhez fűződik, de azt valamely közszervezet őrzi vagy birtokolja (többek között árva, illetve kereskedelmi forgalomba nem kerülő művek).

Jóllehet az EU és tagállamai az elmúlt évtizedben nagyszabású erőfeszítéseket tettek a digitális tartalmak jobb hozzáférhetőségének biztosítása érdekében, a nyilvános tartalmak továbbra is a digitalizálás korai szakaszában vannak. A kulturális tartalmaknak átlagosan mintegy 20%-a került eddig digitalizálásra, a skála a nemzeti könyvtáraktól (2%) a képzőművészeti múzeumokig (42%) terjed. Ráadásul a digitalizált tartalmaknak hozzávetőlegesen mindössze egyharmadát tették nyilvánosan hozzáférhetővé, ennél fogva az európai kulturális tartalmaknak csupán mintegy 6%-a online hozzáférhető.

A digitalizálás költséges eljárás, különösen ha figyelembe vesszük, hogy a digitális formátumra történő tényleges technikai konverzió a folyamatnak csupán egyik részét képezi. Különösen költséges a szerzői jogok tisztázása és sikeres megállapodás kötése a szerzői jogok valamennyi birtokosával. A nyilvános digitális tartalmak Európán belüli hozzáférhetővé tételére irányuló eljárás mindeddig magára a digitalizálás folyamatára összpontosított. Mind európai, mind tagállami szinten töredezett volt, főként rövid távú projektekből állt, amelynek finanszírozása jórészt állami, nem pedig magánforrásokból történt. Az Európai Bizottság ösztönzést adott a köz- és magánsféra közötti partnerségek modelljeinek bevezetéséhez. Jóllehet e modellek olykor sikeresnek bizonyultak, problémák is adódtak velük kapcsolatban. Az közsféra többek között azzal érvel, hogy a közérdek megóvása érdekében részt kell vennie a projektek ellenőrzésében, a magánsféra pedig azzal, hogy az állami intézmények gyakran nem rendelkeznek a szükséges kereskedelemorientált készségekkel.

Tekintettel a korlátozott költségvetésre, a gazdasági bizonytalanságra és a digitalizálás magas költségeire, az új üzleti és hozzáférési modellek arra törekcsenek, hogy szélesebb körű hozzáférést tegyenek lehetővé a kulturális tartalmakhoz, egyúttal garantálva harmadik személyek szerzői jogait és kapcsolódó szellemi tulajdonjogait, valamint bevételeket teremtsenek a projektek és szolgáltatások hosszú távú fenntarthatóságának biztosítása érdekében. A nyilvános tartalmak ezen üzleti modelljei vagy aszerint csoportosíthatók, hogy ki birtokolja a szerzői jogot (nyilvánosan hozzáférhető vagy szerzői jogvédelem alatt álló tartalom, árva tartalmak), vagy pedig a tartalmak felhasználása alapján (kereskedelmi vagy nem kereskedelmi felhasználás). A nyilvános tartalmak hasznosítás céljából vagy díjmentesen bocsáthatók üzleti szereplők rendelkezésére, vagy pedig egyszeri kifizetés fejében, illetve bevételmegosztási rendszerek keretében (általában marginális költségeken). A nyilvános tartalmakat Európában, nem üzleti célú felhasználás céljából általában díjmentesen, a nyílt hozzáférés alapján bocsátják rendelkezésre. A más ágazatokban a nyilvános tartalmakra vonatkozóan már bevezetett üzleti modelleket azonban fenntarthatósági okokból egyre inkább alkalmazzák az örökségvédelmi és kulturális intézmények. A legtöbb kulturális intézmény még nem kínál fel módszereket (vagy engedélyeket) kulturális tartalmaik kereskedelmi hasznosítására, és az ezzel kapcsolatos politikák nem világosak. A nyilvános tartalmak kereskedelmi hasznosításának megkönnyítése érdekében kifejezetten erre a célra kialakított üzleti modelleket kell alkalmazni, az újrafelhasználást ösztönző egyszerű engedélyeket hozva létre.

Az árva művek az elérhető tartalmak nagy részarányát képezik. E művek digitalizálása és online terjesztése nehézségekbe ütközik. A közelmúltban elfogadott 2012/28/EU irányelv ellenére számos probléma továbbra is fennáll: 1) jogi bizonytalanság, 2) gazdasági bizonytalanság; és 3) az irányelv szerinti kedvezményezettekre vonatkozó korlátozások.

Világos, hogy a nyilvános tartalmak továbbra is a digitalizálás rendkívül korai szakaszában vannak, és az előrehaladáshoz számos akadályt kell még legyőzniük. A legfőbb gond a digitalizáláshoz szükséges pénzeszközök hiánya, amelynek okai az alábbiak: az államigazgatási szervek vonakodása, az üzleti modellek kezdetlegessége, a magas költségek és a megtérülés bizonytalansága. Ezenfelül nem vezet egyértelmű út a tartalmak digitális területre történő átalakításához, és hiányzik a kezdeményezések összehangolása minden igazgatási szinten, még uniós szinten is. Kívánnivalókat hagy maga után a tartalom megfelelő menedzsmentje, legalábbis az árva művek esetében, és általában a felhasználók tudatossága sem megfelelő. Hiányosak a megfelelő készségek is a közintézményekben, és a meglévő digitális platformokkal folytatott számos különféle, kis jelentőségű tárgyalás korlátozza az érintett állami testületek tárgyalási erejét.

Pozitívum ezzel szemben, hogy a nyilvános tartalmak iránt potenciálisan magas a kereslet és megfelelő kielégítésre vár, amelynek kettős feltétele, hogy magasan képzett szakemberek dolgozzanak az állami szektornak, és hogy a kormányzat közvetlenül és szabályozási eszközökkel egyaránt támogatást nyújtson. A koordináció magasabb szintjére, többek között a digitális szellemi tulajdonjogok jobban harmonizált keretére is szükség volna a szellemi tulajdonjogokkal kapcsolatos ügyek kezelése és a nyilvános tartalmak digitális rendelkezésre bocsátása terén. Végezetül úgy tűnik, hogy a fogyasztók tudatossága és bevonása (társadalmi innováció) a siker meghatározó tényezője a nyilvános tartalmak jövőbeni digitális rendelkezésre bocsátása terén.

Lehetőségek, kihívások és ajánlások

Végezetül – az európai tartalmakkal kapcsolatos lehetőségek és kihívások azonosítását követően – egy sor ajánlást teszünk. A média- és a tartalomszolgáltató ágazatban az EU-ban még mindig nem teljesen kihasznált közös **lehetőségek** az alábbiak: médiaközi tartalmak előállítása, a gazdag nyilvános tartalmakból származó innovatív felhasználói tapasztalatok teremtése, az online terjesztés alkalmazása a nemzeti határokon belüli tartalomterjesztés javítása érdekében, valamint kereskedelmi kezdeményezések és a szociális innováció kiaknázása a tartalmak állami előállításával és terjesztésével kapcsolatos célkitűzések megvalósítása érdekében.

A digitalizálásból származó számos előny és lehetőség ellenére jócskán maradnak még **kihívások** a média- és a tartalomszolgáltató ágazatban. A kínálati oldalon a fő kihívás abban áll, hogy a digitalizálás előnyei gyakran más szereplőket juttatnak előnyhöz az értékláncban, mint akik befektetnek a digitális tartalmakba, ami ellenállást teremt az ügy teljes felkarolásával szemben. Ezenkívül a digitalizált termékek estében nagyobb a veszélye a szerzői jogok megsértésének. A fogyasztók szemszögéből továbbra is jelentős hiányosságok tapasztalhatók az olyan innovatív megoldások tekintetében, amelyek képesek kielégíteni a felhasználhatósággal és a hasznossággal kapcsolatos fogyasztói igényeket. Pontosabban, egyszerű és hatékony, az európai média és tartalom tekintetében az igazi politikai és szabályozási kihívást a több területet átfogó engedélyezési keret jelenti, a szellemi tulajdonnal kapcsolatos olyan rendszer mellett, amely képes az innováció és az alkotó kedv fokozására. és felismeri a média és tartalmak előtt álló új társadalmi távlatokat.

Az alábbiakban számos **ajánlás** olvasható, amelyek a digitális korszakba való átmenettel és az információs társadalommá való átalakulással kapcsolatos kihívások kezelésére irányulnak.

A tanulmány első ajánláscsomagja a digitalizálás, a digitális megőrzés, valamint a technikai és üzleti innovációk **további finanszírozásának** szükségességére összpontosítja a figyelmet. Erre a beruházásra szükség van, mert a digitális tartalmakból pozitív gazdasági és társadalmi externáliák származnak. A finanszírozási rendszereket azonban újra kell gondolni. A további finanszírozás feladatai:

- folyamatos támogatás bevonása a média- és a tartalomszolgáltató ágazat digitális átalakulásához;
- a technikai és üzleti innovációk fejlődésének kutatása;
- a médiaközi tartalmak előállításának kiváló lehetőségként való felfogása;
- a hosszú távú szempontokat követő források új formáinak kialakítása, különösen a non-profit szervezetek számára;
- egyedi programok és eszközök létrehozása a vállalkozók és újítók szereplői számára a digitális média és tartalmak világában, a konszolidációhoz vezető út korai állomásaira is kiterjedően;
- többoldalú európai platformok és ökoszisztémák létrehozására irányuló törekvés a digitális média és tartalmak világában, különösen azon ágazatok/területek felhasználásával, amelyekben/amelyeken Európa vezető szereppel bír;
- a tartalmak ágazatokon átívelő és határokon átnyúló előállításának és terjesztésének előmozdítása;
- a köz- és magánszféra közötti partnerségek ösztönzése a nyilvános hozzáférés terén a szakmai tapasztalatszerzésre, a meglévő technológiák alkalmazására és a finanszírozási kezdeményezésekre vonatkozóan; valamint
- a meglévő programok átalakítása a kezdeményezések megkettőzésének elkerülése érdekében.

Az európai politikáknak a finanszírozás mellett **a koordináció fokozására és jelentős megtakarítások elérésére** kell irányulniuk a műszaki infrastruktúrák felhasználása során:

- jelentős megtakarítások elérése mind a műszaki infrastruktúrákban, mind pedig az irányítási egységeknél a digitális tartalmak előállítása és terjesztése, valamint a média terén;
- a jogi kérdésekkel foglalkozó központosított vagy összehangolt ügynökségek ösztönzése;
- a digitális tartalom- és médiaszolgáltatás átalakulási költségeinek kutatása és csökkentése Európa-szerte;
- a digitális tartalom- és médiaszolgáltatás piaci korlátokból fakadó hiányosságainak leküzdése az EU területein;
- összehangolt intézkedések a digitális tartalom- és médiaszolgáltatás terén, ideértve a tartalmak előállítását, terjesztését és fogyasztását, valamint a meglévő platformokkal folytatott tárgyalást;
- a tartalmak eljuttatása mindenhová, ahol a felhasználó található: a tartalmak meglévő platformokon való elhelyezése;

- a kezdeményezések közötti összhang fokozása minden szinten a nyilvános tartalmak digitális szolgáltatásában, különösen a kereskedelmi kezdeményezésekkel összefüggésben; valamint
- harmonizált keret elfogadása és az intézkedések csomagokba szervezése – a legális kínálat, a felhasználói tudatosság, a tartalmakkal és a médiával kapcsolatos ügyletekben részt vevő szereplők együttműködése, célzott jogi intézkedések – az online tartalmak szerzői jogának megsértése elleni küzdelem, a „becsületes felhasználók becsületeségének fenntartása” érdekében.

A több területre kiterjedő engedélyek és a szellemi tulajdonnal kapcsolatos rendszer felülvizsgálata tekintetében a helyzet javítását célozzák az alábbi egyedi ajánlások:

- A digitális szellemi tulajdonjogokra vonatkozó jogszabályi keret harmonizálásának növelése az újító és alkotó szellemű fejlesztések ösztönzése érdekében, amire különösen szükség van az árva művek esetében;
- több területre kiterjedő, jobb engedélyezési rendszer fontolóra vétele, többek gyors végrehajtás a meglévő engedélyek közötti összhang révén a média és a tartalmak világában, az EU-n belül a terjesztést és a fogyasztást gátló tényezők felszámolása érdekében;
- új utak feltárása, kutatása – és előmozdítása – a szellemi tulajdonjogok rendszerében (licencek, nyílt engedélyek stb.);
- az árva művekhez és a kereskedelmi forgalomba nem kerülő művekhez történő nyílt hozzáférés előmozdítása; valamint
- a nyilvános tartalmak oktatási célokra történő felhasználásának garantálása különleges feltételek mellett (a nyílt hozzáférés ajánlott).

A negyedik ajánlásomaj célja a **nyilvános tartalmak elérhetőségének javítása** és az ezzel kapcsolatos **innováció előmozdítása**;

- a médiára és a tartalmakra vonatkozó közpolitika pozitív újragondolása, ideértve a tartalom- és információszolgáltatás különféle közszolgáltatások általi biztosításának értékelését is;
- egyedi kereskedelmi kezdeményezések és szociális innováció megfontolása a tartalmak állami előállításával és terjesztésével kapcsolatos célkitűzések megvalósítása érdekében;
- ökoszisztéma létrehozása a nyilvános tartalmak köré: az adatokra és a terjesztésre vonatkozó nyitott platformokra vonatkozó kezdeményezések;
- a kereskedelmi tartalmakkal kapcsolatos kezdeményezésekből átvett új, rugalmas üzleti modellek kikísérletezése és alkalmazása – a nyilvános tartalom egyedi típusaira vonatkozóan –, különös tekintettel a „freemium” modellre, mivel ez lehetővé teszi a közszolgáltatás, az alapvető célok és a további kereskedelmi érdekek közötti világos különbségtételt;

- a fogyasztók mint „prosumerek” (a termeléshez hozzájáruló fogyasztók) szerepének vizsgálata és előmozdítása; valamint
- a gazdag nyilvános tartalmakból származó innovatív felhasználói tapasztalatok teremtése a jelenlegi akadályok felszámolásával annak érdekében, hogy azokat az újítók és a vállalkozók megfelelően felhasználhassák.

Az utolsó ajánlás csomag rendeltetése a **felhasználói tudatosság** serkentése és **magasan képzett szakemberek képzése**:

- a felhasználók tudatosságának fokozása a digitális európai örökséggel kapcsolatban;
- a tehetségbe való befektetés: az elvárt digitális szakértelemhez kötött álláshelyek létrehozása az állami szektorban; valamint
- az iparral folytatott párbeszédet biztosító fórum létrehozása egy, a média- és tartalomszolgáltató ágazatokra vonatkozó európai önéletrajz kidolgozása érdekében.

A **Kreatív Európa Program** – a 2014–2020 közötti időszakra vonatkozó többéves pénzügyi kereten belül a kulturális és kreatív ágazat új keretprogramja – szerkezeti felépítése már megfelel az e tanulmányban feltárt problémák némelyikének. Különösen összhangban áll az e jelentésben tett egyes ajánlásokkal, és pedig: folyamatos gazdasági támogatást biztosít a kreatív és kulturális ágazat számára 2020-ig; előmozdítja a transznacionális és az ágazatokon átívelő fellépéseket; kapacitásépítésre összpontosít; célja a felhasználói tudatosság javítása új célközönségekhez való eljutás révén; továbbá bizonyos mértékben foglalkozik a finanszírozás szétaprózódásával és a projektek rövidtávú szemléletével.

Ugyanakkor a fenti ajánlások némelyikével konkrétabban kell foglalkozni a programban, és pedig: a médiaközi tartalmak előállításával; a média és a tartalmak határokon átnyúló online terjesztésével; az uniós nyilvános tartalmak meglévő digitális platformokon való elhelyezésével; egy európai önéletrajz létrehozásával; a digitális média és tartalmak tekintetében magasan képzett szakemberek képzésével és felvételével; a nyílt nyilvános tartalmak támogatásával; a nyilvános tartalmak digitális szolgáltatásának összehangolásával és az infrastruktúrák használatával; a kockázati tőke/induló beruházás előmozdításával, valamint összehangolt online terjesztési platformok ösztönzésével (nyilvános tartalmak, hírlapágazat).