

Консультативный комитет по защите прав

Девятая сессия

Женева, 3-5 марта 2014 г.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ НОВЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ОХРАНЯЕМОГО АВТОРСКИМ ПРАВОМ КОНТЕНТА

*подготовлено Европейским комитетом по наблюдению за нарушениями прав
интеллектуальной собственности**

I. ВВЕДЕНИЕ

1. Постановлением ЕС 386/2012 перед Ведомством по гармонизации внутреннего рынка (товарные знаки и образцы) ("Ведомство") была поставлена задача по оказанию содействия и поддержки деятельности национальных органов, частного сектора и учреждений Союза в области борьбы с нарушениями прав интеллектуальной собственности, охватываемых Директивой 2004/48/ЕС. В пункте 2(g) статьи 2 (Задачи и мероприятия) вышеупомянутого Постановления 386/2012 сказано, что Ведомство должно *"отслеживать разработку новых конкурентоспособных бизнес-моделей, расширяющих легальное предложение контента культурного и творческого характера, поощрять обмен информацией и повышать осведомленность потребителей в этих вопросах"*.

2. Европейский комитет по наблюдению за нарушениями прав интеллектуальной собственности представляет собой сетевую структуру, состоящую из представителей государственного и частного сектора. Он способствует развитию сотрудничества и обмену информацией по вопросам, касающимся нарушений и поощрения прав интеллектуальной собственности. В эту сеть входят несколько отдельных рабочих групп, одна из которых отвечает за вопросы "ИС в цифровом мире". Этой рабочей группой была создана подгруппа экспертов, занимающихся вопросами нарушения авторских прав в

* Мнения, представленные в настоящем документе, отражают точку зрения автора и могут не совпадать с мнением Секретариата или государств-членов ВОИС.

Интернете и новыми бизнес-моделями в сфере легального предложения контента, охраняемого авторским правом.

3. Настоящий документ представляет собой сокращенный вариант отчета, который был подготовлен сотрудниками Комитета в сотрудничестве с вышеупомянутой подгруппой. Его задача состоит в том, чтобы проиллюстрировать различные разработанные в этой отрасли бизнес-модели, позволяющие посредством онлайн-технологий предлагать потребителям различный контент, охраняемый авторским правом.

4. Исследование было проведено на основе качественного анализа, который в некоторых случаях был дополнен статистическими данными из различных областей, охраняемых авторским правом, в тех случаях, когда такие данные имелись в наличии. В любом случае выводы исследования не основаны на количественных данных. Основное содержание отчета основано на информации представителей ассоциаций и федераций данной отрасли, функционирующих на европейском уровне. Эта информация была дополнена данными, полученными от других источников, включая ЕС, национальные учреждения, международные организации и Интернет-сайты.

5. В том что касается аудиовизуального контента, важно упомянуть работу, осуществляемую Европейским аудиовизуальным наблюдательным советом, функционирующим на базе Совета Европы в Страсбурге (Франция). Этот Совет предоставляет информацию о различных аудиовизуальных рынках в Европе и об их финансировании. Кроме того, он осуществляет анализ вопросов правового характера, касающихся различных секторов аудиовизуальной отрасли¹, и готовит соответствующие отчеты.

II. НОВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ДЛЯ ОХРАНЯЕМОГО АВТОРСКИМ ПРАВОМ КОНТЕНТА

A. МУЗЫКАЛЬНЫЕ ЗВУКОЗАПИСИ

6. По мере того как в области музыкального контента продолжают происходить изменения, улучшения и растет число предоставляемых услуг, все большее число его провайдеров предлагают пользователям комбинированные услуги на основе традиционных моделей, описываемых в настоящей главе. Эти услуги могут одновременно включать возможности скачивания, использования социальных сетей, "облачного" хранения и потоковой передачи данных. Музыка в цифровом формате способствует развитию инноваций. Розничные провайдеры улучшают свои услуги и постоянно добавляют новые элементы и функциональные возможности, которые в целом улучшают доступ пользователей к лицензированному контенту. В 2012 г. в мире было скачано 2,3 млрд. отдельных звукозаписей и продано 207 млн. цифровых альбомов, что по сравнению с 2011 г. составляет увеличение на 8% и 17%, соответственно².

1. Услуги для подписчиков

7. Подписчики за ежемесячную плату получают обслуживание премиального уровня, обеспечивающее доступ ко всему каталогу контента на основе принципа "выбирай все, что хочешь, в любом объеме". Может предлагаться прослушивание только на ПК (часто бесплатно/за счет встроенной рекламы – см. пункт 1.5), а также прослушивание на мобильных устройствах и кэширование, что дает пользователям возможность

¹ <http://www.obs.coe.int/web/obs-portal/home>.

² Доклад Международной федерации фонографической промышленности (IFPI) о положении дел в сфере цифровой музыки за 2013 г.

предоставлять доступ к спискам воспроизведения другим лицам. Многие услуги, предоставляемые по подписке, включены в абонентскую плату за подключение к Интернету или за мобильную связь, то есть являются интегрированными. Услуги по подписке являются наиболее быстро растущим сегментом в области цифровой музыки: в 2012 г. число подписчиков увеличилось на 44%, а выручка – на 62%.

2. Скачивание

8. Услуги скачивания предоставляют клиентам ряд возможностей получения цифровых музыкальных записей, которые могут включать отдельные звукозаписи, альбомы, специальный премиальный контент и музыкальные видео для покупки через компьютер, мобильный телефон или планшет. После скачивания купленного файла его, как правило, можно переместить на любое устройство для воспроизведения музыки. Кроме того, некоторые услуги специально разработаны таким образом, чтобы предоставлять прямой доступ к контенту с помощью устройств производителей-партнеров, таких как телевизионные приставки или *Sony PlayStation 3*.

3. "Облачное" хранение

9. "Облачные" услуги для музыкальных произведений позволяют пользователям покупать и часто автоматически сохранять коллекции музыкальных звукозаписей в "облачном" хранилище, к которому имеется доступ в любое время. Другой вариант услуги предоставляет пользователям возможность загрузить всю коллекцию, распределив записи по каталогу общим объемом в несколько миллионов единиц, с возможностью их дальнейшего прослушивания в любое время на самых различных устройствах, включая компьютеры, MP3-проигрыватели, смартфоны, ТВ-приставки и видеоигровые консоли. Соответствующие службы *iTunes*, *Google* и *Amazon* предоставляют возможности "облачного" хранения музыкальных записей.

4. Мобильные устройства

10. Требования потребителей музыкальной продукции к ее свободному использованию постоянно растут. Передвижение не должно ухудшать их возможности прослушивания музыкальных звукозаписей. Поэтому соответствующим образом было скорректировано предложение. В настоящее время большинство провайдеров мобильной связи имеют соответствующие предложения для всех видов устройств: потоковую передачу данных, кэширование контента (т.е. его скачивание в телефон, с тем чтобы иметь возможность последующего прослушивания этих записей даже без подключения к Интернету), доступ к звукозаписям, альбомам, видео и рингтонам (для использования на мобильных телефонах).

11. Доступ к потоковым данным позволяет пользователям выбирать и прослушивать предлагаемые музыкальные произведения. Предложение охватывает все музыкальные направления и соответствует потребностям большинства пользователей. В то же время кэширование музыкальных звукозаписей предоставляет возможность просматривать все списки произведений и выбирать из них нужные для загрузки. В имеющихся в настоящее время каталогах представлен практически весь существующий репертуар.

12. Купленные звукозаписи, скачанные на мобильные телефоны, также можно переместить на другие устройства. К этой категории относятся мобильные приложения, которые обеспечивают доступ к другим дополнительным онлайн-услугам с помощью ПК, подключенного к Интернету.

5. Бизнес-модели на основе рекламы

13. Во многих случаях доступ к потоковым звукозаписям предоставляется бесплатно за счет рекламы: клиенты, подписавшиеся на данный сервис, получают возможность пользоваться его основными функциями, но при этом должны прослушать несколько рекламных объявлений. В некоторых случаях используется только такая модель, бесплатно предлагающая лицензионный музыкальный контент и музыкальные видео со встроенной рекламой. Во многих случаях пользователи подписываются на премиальный доступ к потоковым данным, который предоставляет им дополнительные функциональные возможности при отсутствии рекламы.

6. Онлайн/Интернет-радио

14. Цифровые технологии позволяют организовать доступ к радиотрансляциям нового поколения. Услуги Интернет-радио, предоставляемые такими провайдерами, как *Last.fm*, *Pandora*, *iHeartRadio* и *Slacker*, предусматривают автоматическое создание списков воспроизведения на основе одного, выбранного слушателем, критерия: исполнитель, жанр, десятилетие или направление. Функция перехода к следующей песне без прослушивания предыдущей расширяет возможности пользователей, многие провайдеры также используют специалистов по подбору контента. Этот вид услуг стал весьма популярным в Соединенных Штатах, генерируя доходы, которые ранее не существовали, и в настоящее время распространяется на другие рынки. В США в результате исследования потребительских предпочтений, проведенного Группой NPD³, было установлено, что прослушивание радио в Интернете наиболее популярно среди молодежи в возрасте 18-25 лет.

В. АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ УСЛУГИ (ФИЛЬМЫ И КОММЕРЧЕСКОЕ ТВ)

15. В настоящее время в Европе наблюдается мощное развитие рынка аудиовизуальных медиауслуг, так как новые технологии позволяют предоставлять контент пользователям самыми разнообразными способами. По сравнению с 2011 г. расходы потребителей на цифровое видео и ТВ-видео по требованию (VOD) увеличились на 49,8% (1,6 млрд. евро), а общие расходы потребителей на видео на физических носителях (DVD, Blu-ray) сократились на 7,5%⁴.

16. В последние годы в Европе наблюдается значительный рост количества нелинейных услуг для ТВ (т.е. услуг, которые основаны на заранее составленных и неизменяемых программах). Изначально технология VOD могла использоваться только на ТВ-платформах, имеющих встроенный обратный канал (кабель и IPTV).

17. Бурный рост нелинейных технологий связан с развитием Интернет-видео и увеличением скорости передачи информации по широкополосным сетям. В ЕС последнее комплексное исследование предлагаемых нелинейных технологий было проведено в мае 2013 г. В это время предлагалось 3 197 аудиовизуальных услуг по требованию, включая 819 услуг постэфирного ТВ⁵. Кроме того, провайдеры экспериментируют с различными моделями распространения контента, в том числе на основе платного доступа, проката, подписки, бесплатного доступа и/или доступа за счет рекламы, и пока неясно, какие модели окажутся успешными в долгосрочной перспективе. Потребители получили

³ Национальный бюллетень покупательских предпочтений (NPD) является компанией, исследующей глобальные рынки.

⁴ Международная федерация в области видеопроизведений, основные данные по Европе за 2013 г.

⁵ База данных MAVISE Европейского аудиовизуального наблюдательного совета:

<http://mavise.obs.coe.int/> .

больше свободы в том, что касается их доступа к контенту и его просмотра. Они могут просматривать программы ТВ и фильмы на многочисленных устройствах, в том числе на телевизорах, планшетах, компьютерах и смартфонах ("многоэкранный" просмотр). Кроме того, они могут выбирать между заранее составленными программами и услугами по требованию, которыми они могут воспользоваться по желанию в любое время. Некоторые из этих новых услуг предоставляются посредством открытого Интернета (так называемые технологии ОТТ для ТВ-приставок), другие предоставляются исключительно через кабельные сети или провайдеров IPTV⁶ (далее "управляемые сетевые видеослужбы"). Многие компании предлагают комбинацию этих услуг, например, предоставляя потребителям возможность просматривать контент в определенные часы или в то время, когда им удобно, независимо от того, какую сеть они используют.

1. Линейные услуги (программный контент)

18. Линейные услуги обычно предлагаются вместе с услугами по требованию, такими как постэфирное ТВ и контент по требованию. Они могут предоставляться бесплатно, в том числе за счет рекламы, или по подписке (отдельно или в рамках подписки на платное ТВ). Разовые линейные услуги обычно предоставляются в случае трансляций, для которых важно время показа: спортивных соревнований или программ премиального контента (например, «дневной пропуск» к трансляциям *Sky Sports*).

a) *Управляемые сетевые видеослужбы:*

19. Многие компании кабельного ТВ и IPTV, такие как *Telia*, *Movistar* и *Numericable*, предоставляют потребителям возможность смотреть транслируемые программы на различных устройствах, в том числе на обычных ТВ, смартфонах, компьютерах и планшетах. Доступ к этим услугам может быть ограничен сетью провайдера (например, посредством стационарного или мобильного подключения к широкополосному Интернету, точек доступа WI-FI⁷ и т.д.) или предлагаться в качестве видеослужбы ОТТ.

b) *Видеослужбы ОТТ:*

20. Они предлагают потребителям прямые ТВ-трансляции через открытый Интернет, обычно на "многоэкранной" основе (SmartTV, компьютер, планшет, смартфон и т.д.), и нередко в рамках подписки на платное ТВ (например, *Mediaset Premium Play*, *Sky Go*, *Canal+ Multi-écrans*, *Viasat*). Многие компании, бесплатно транслирующие свои программы в эфире, также предлагают свои программы в прямом эфире в Интернете. У некоторых вещателей одновременные трансляции ограничены определенным контентом, например, новостными программами, в то время как у других трансляции их каналов идут 24 часа в сутки семь дней в неделю (например, у *Mediengruppe RTL Deutschland*, *N-TV*, *TGCOM24 Mediaset*).

2. Нелинейные услуги (контент по требованию)

a) *Управляемые сети*

Разовый платный просмотр (TVOD):

21. Многие операторы кабельных сетей и провайдеры IPTV предоставляют клиентам возможность выбирать из каталога фильмы и аудиовизуальные программы для

⁶ Телевидение на основе Интернет-протоколов.

⁷ Беспроводной Интернет.

просмотра в течение определенного периода времени (например, в течение 72 часов). Данный контент может быть доступен на "многоэкранной" основе (например, у *Virgin Media, Telenet, UPC*). Также провайдеры могут предлагать данную услугу на основе технологий ОТТ (см. ниже).

Просмотр за абонентскую плату (SVOD):

22. Клиентам, имеющим доступ к кабельным сетям или IPTV, может также предлагаться каталог фильмов и аудиовизуальных программ, которые можно просматривать по требованию, иногда и на "многоэкранной" основе. В рамках данной услуги иногда можно получить доступ к недавно транслировавшимся программам, например к телевизионным сериалам США, после их первоначального показа на территории США и задолго до премьерного показа на ТВ (например, доступ к сериалам *M6* и *RTL-TVI Series Pass*).

23. Данная услуга также может предоставляться на основе технологии ОТТ (см. ниже).

Постэфирное ТВ:

24. Операторы кабельных и IPTV-сетей могут предоставлять клиентам возможность просмотра недавно показанных программ, включая фильмы, на телевизорах или других устройствах. Эта услуга также может предлагаться на основе технологии ОТТ.

b) Услуги на основе технологии ОТТ

25. Доступ к этим услугам можно получить с помощью "открытого" Интернета, а просмотр осуществляется на различных подключаемых к Интернету устройствах (SmartTV, устройство для просмотра домашнего потокового видео, планшеты, смартфоны, ПК и т.д.).

Платный просмотр/скачивание:

26. В рамках этой услуги потребители могут скачивать контент и сохранять его на своих устройствах для последующего просмотра в любое время без каких-либо временных ограничений. Данное предложение может комбинироваться с возможностью использования "облачных" технологий, давая потребителям возможность осуществлять потоковую загрузку этого контента на свои устройства (например, веб-сайт *Maxdome.de* канала *ProSiebenSat1*).

Услуги на основе "облачных" технологий:

27. В рамках данной услуги на сервере провайдера сохраняется копия файла с контентом, и клиенты могут осуществлять его потоковую загрузку на свои устройства. В отличие от разового просмотра или просмотра по подписке предоставление данного контента не ограничено временными сроками: у клиента имеется к нему постоянный доступ в то время, в какое он пожелает. Предоставление услуг на основе "облачных" технологий часто комбинируется с возможностью осуществить разовую покупку для скачивания с последующим сохранением (например, у *iTunes, Wuaki.tv*) или с продажей контента на физических носителях (например, *UltraViolet*⁸).

⁸ *UltraViolet* представляет собой бесплатную "облачную" коллекцию в цифровом формате, пользователи которой имеют возможность приобрести фильм или ТВ-шоу у соответствующего розничного провайдера. Пользователи *UltraViolet Collection* автоматически получают возможность просматривать контент в потоковом режиме в Интернете и/или скачивать его для просмотра в офлайновом режиме на различные подключаемые к Интернету устройства (например, на мобильный телефон, компьютер, телевизор, игровую приставку и т.д.).

Разовое платное использование (TVOD):

28. Провайдеры предлагают каталог контента, который пользователи могут скачать или загрузить в потоковом режиме для последующего просмотра в течение ограниченного периода времени (например, *Blinkbox, vod.pl*).

Использование за абонентскую плату (SVOD):

29. Провайдер предлагает каталог контента, который пользователи могут загрузить в потоковом режиме на свои устройства. В рамках этой услуги может предлагаться ограниченное количество фильмов и/или аудиовизуальных программ в неделю/месяц, а также пакеты, предлагающие возможность свободного неограниченного просмотра (например, *Viaplay, Watchever, CanalPlay Infintiy, Netflix, Lovefilm*).

Постэфирное ТВ:

30. Практически все коммерческие вещатели предлагают клиентам возможность скачивания или потоковой загрузки недавно показанного контента на их устройства (например, *ITV Player, Iwatch, RTL XL, TVN Player* и т.п.).

Премьерные онлайн-предложения:

31. В настоящее время многие коммерческие вещатели предлагают возможность просмотра эпизодов американских телевизионных сериалов на следующий день после их первоначального показа в США, задолго до их премьерного показа по ТВ (например, *MyVideo* у ProSiebenSat1.).

С. ТРАНСЛЯЦИИ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ

32. Веб-сайтов или вещателей, предлагающих трансляции всех спортивных соревнований, не существует. Причина заключается в том, что пользователи предпочитают смотреть спорт в прямом эфире, а также в том, что охват различных видов спорта в странах не одинаков. Для показа спортивных мероприятий нередко используются те же технологии, что и для аудиовизуального контента, например, технологии ОТТ.

33. В целом можно выделить два подхода, используемых в зависимости от популярности соревнований: для показа очень популярных соревнований (например, Лиги чемпионов УЕФА, английской Премьер-лиги, Бундеслиги и Олимпийских игр) у каждой страны есть один эксклюзивный вещатель (иногда несколько), а для менее популярных соревнований используются возможности Интернета для повышения количества просмотров, при этом блокирование по географическому признаку для соблюдения лицензионных требований⁹ не производится.

1. Показ по ТВ (разовый платный просмотр, просмотр за абонентскую плату)

34. Как и в случае с кинофильмами и коммерческой ТВ-продукцией, доступ к транслируемым по каналам ТВ спортивным мероприятиям осуществляется на основе разовой платы за просмотр, т.е. оплачивается разовый просмотр конкретного

⁹ Геоблокирование используется поставщиками Интернета (ISPs) по IP-адресу пользователя, пытающегося получить доступ к какому-либо веб-сайту. В доступе может быть отказано по причине отсутствия лицензии или по причинам правового характера. Как правило, веб-сайты с ограниченным доступом находятся в так называемых "черных" или "блокировочных" списках Интернет-провайдеров.

спортивного мероприятия или же потребители могут получать доступ к различным трансляциям спортивных мероприятий на основе платной подписки. Эти модели предоставления услуг используются такими ТВ-каналами, как *Canal Plus*, *Sky* и другие. Обычно эта бизнес-модель используется при трансляции популярных соревнований, например футбольных матчей различных чемпионатов, матчей чемпионатов мира по футболу, Формулы 1, теннисных турниров АТР и т.д.

2. Трансляции в Интернете (бесплатные/платный разовый просмотр)

35. Могут также осуществляться потоковые трансляции спортивных мероприятий. Для всех видов соревнований существуют официальные веб-сайты, предоставляющие бесплатный или разовый платный доступ к потоковой трансляции. Помимо ТВ-каналов, которые также предлагают эти ТВ-трансляции на основе онлайн-потокового вещания, спортивные мероприятия (полностью или в виде подборки наиболее интересных моментов) транслируются как потоковое видео на официальных веб-сайтах, принадлежащих соответствующим организациям и ассоциациям: *www.uefa.com*, *www.fifa.com*, *www.daviscup.com*, *www.f1.com*. Кроме того, потоковое видео некоторых спортивных мероприятий, транслирующихся в прямом эфире (как правило, подборка наиболее интересных моментов), также доступно на таких веб-сайтах, как *Youtube*, *Dailymotion* и др. В целом трансляции потокового видео в Интернете осуществляются в рамках бизнес-моделей, которые используются для менее популярных видов спорта, хотя подобные предложения начинают постепенно появляться и для популярных соревнований.

D. ГАЗЕТЫ И ЖУРНАЛЫ

36. Издатели газет и новостные СМИ быстро внедрили новые технологии для предоставления потребителям профессионального информационного контента в цифровой среде. Веб-сайты газет регулярно занимают первые места в национальных рейтингах посещаемости в европейских странах. Начиная с 2005 г. онлайн-аудитория год от года постоянно и существенно увеличивается во всех государствах-членах. Так, в 2004 г. лишь 17 % европейцев (из 25 стран ЕС) использовали Интернет для чтения или скачивания новостей; в 2012 г. их число увеличилось более чем вдвое и достигло 45 % (из 27 стран ЕС)¹⁰.

1. Бесплатные веб-сайты газет

37. Что касается веб-сайтов газет, читателям предоставляется доступ к профессиональному текстовому контенту в дополнение к фото- и видеоматериалам, интерактивным средствам и онлайн-архивам. Многие газеты предлагают читателям оставлять комментарии к статьям и обмениваться сообщениями с журналистами и другими заинтересованными сторонами на онлайн-форумах. Это позволяет обеспечить динамичное и взаимовыгодное взаимодействие в реальном времени между редакционными отделами и читателями.

¹⁰ Евростат, лица, использующие Интернет для чтения/скачивания онлайн-газет/общественно-политических журналов.

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00097>

2. Услуги по подписке: а) полный доступ посредством регистрации; б) ограниченный доступ; с) полностью платный доступ

38. Доступ к веб-сайтам газет может осуществляться с использованием следующих трех моделей:

- а) доступ к газете или журналу посредством онлайн-регистрации;
- б) ограниченный доступ, при котором издатели предоставляют читателям доступ к веб-сайту и содержащейся на нем информации лишь до определенного уровня с необходимостью регистрации и оплаты для получения полного доступа ко всем имеющимся услугам и информации на сайте; и
- с) полностью платный доступ, при котором вся информация является платной¹¹.

3. Отправка текстовых сообщений на мобильные устройства (срочные сообщения, вырезки, ежедневные подборки статей)

39. Хотя Европа пока отстает от США (39,5%) и Японии (57,6%) по числу пользователей, которые используют свои мобильные устройства для получения новостей и информации, в последние годы она демонстрирует самые высокие показатели по темпам роста в этой области. Так, за период с 2009 по 2010 гг. число пользователей, которые ежедневно используют мобильные устройства для получения новостей и информации, увеличилось по данным ComScore на 65%.¹²

4. Приложения для планшетов и «цифровые» киоски

40. Недавний рост популярности планшетов открыл перед издателями газет новые возможности для предоставления информации читателям. Многие европейские потребители с энтузиазмом относятся к перспективам чтения новостей на планшете. В 5 странах ЕС насчитывается около 29 млн. пользователей платформы *Apple iOS* в устройствах *iPad*, *iPhone* и *iPod Touche* и около 14 млн. пользователей платформы *Google Android*.

5. Платное скачивание газет и отдельных статей

41. По данным ComScore, в 2010 г., когда новости онлайн читали 67% всех Интернет-пользователей, новостные/информационные веб-сайты заняли шестое место по числу посещений. С 2010 г. этот показатель увеличился на 6, 1%¹³. Примером новых инновационных стратегий с использованием данных технологий является новое приложение *iOS* под названием *ePresse.fr*, запущенное во Франции в июне 2011 года. Данное приложение объединяет информацию семи французских газет и трех общественно-политических журналов и позволяет заинтересованным читателям одним нажатием клавиши загружать их содержание в полном объеме, а также информацию, содержащуюся в десяти предыдущих номерах каждой газеты или журнала.

Е. КНИГИ

42. Цифровые технологии используются в издательском деле уже давно, но по-настоящему рынок электронных книг стал развиваться, когда эти технологии позволили предложить конечному пользователю приемлемое качество чтения. Это произошло в

¹¹ The Economist | Special Report: Bulletins from the Future.

¹² ComScore | 2010 Mobile Year in Review.

¹³ comScore | Europe Digital Year in Review 2010.

последние пять лет, когда рынок электронных книг стремительно развивался по всей Европе. Развитие рынка обусловлено дальнейшим усовершенствованием электронных книг (и других приспособлений, позволяющих читать книги в электронном виде) и расширением доступа к различным книгам, возможностью подключения к Интернету и освоением пользователями технических устройств. Этот сегмент рынка до сих пор находится на начальной стадии развития, за исключением Великобритании, где в 2012 г. доля продаж цифровой продукции составила 12% книжного рынка. В других странах ЕС данный показатель достигает приблизительно 2-3 % (Германия, Франция, Испания, Италия) и, вероятно, является еще ниже в других странах. Тем не менее, темпы роста впечатляют, и подавляющее большинство издателей выходят на этот новый рынок, который открывает ряд новых возможностей, ведь читатели читают электронные книги сразу на нескольких устройствах (компьютеры, планшеты, электронные книги, мобильные телефоны) и в различных форматах.

1. Электронные книги для скачивания

a) Покупка

43. Европейским потребителям в общей сложности доступно около 2,5 млн. электронных книг, при этом в каждом государстве ЕС имеется по меньшей мере один демонстрационный зал электронных книг¹⁴. Чаще всего покупатель может приобрести электронные книги на одной из многих имеющихся торговых площадок.

b) Абонентский доступ

44. Молодые рынки открыты для различных экспериментов, таких как услуги по подписке, позволяющие получать доступ к коллекциям электронных книг за ежемесячную плату; наиболее яркими примерами являются *cyberlibris.com*, *youboox.fr* и *izneo.com* (преимущественно комиксы), а также специализированные сайты, как *bardowl.com* (приложение для подписки на аудиокниги). Книжный магазин *Google Play* также может считаться особенным, поскольку он основан на использовании «облачных» сервисов; независимо от способа покупки, доступ к книгам осуществляется через «облако». Абонентский доступ является также наиболее распространенной моделью в том, что касается научной и специализированной литературы (научной, технической, медицинской, гуманитарной и т.д.).

2. Электронные книги для потоковой передачи

45. В общемировом масштабе издатели научной, технической и медицинской литературы (НТМ¹⁵) предлагают доступ к контенту на основе платы за каждый просмотр, а также используют систему проката, позволяющую потребителям просматривать контент в течение суток; примером может служить сайт *Deepdyve*, где тысячи газетных статей могут быть взяты напрокат www.deepdyve.com/browse/journals. Более того, существует много платформ, передающих подобные материалы (преимущественно газеты, но также и электронные книги) библиотекам, но также зачастую и частным лицам.

¹⁴ Федерация европейских издателей (ФЕИ)

¹⁵ Наука, техника и медицина (НТМ) – аббревиатура используется для обозначения данного типа специализированных изданий, предназначенных преимущественно для специалистов-практиков

F. ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО

46. К изобразительному искусству относятся живопись, скульптура, фотография и т.д. в отличие от музыки, театра и литературы¹⁶. Произведения изобразительного искусства в настоящее время также распространяются онлайн в основном через веб-сайты и другие платформы, такие как новостные группы. Хотя в отношении новых бизнес-моделей в области изобразительного искусства не происходит серьезных изменений, существуют веб-сайты, специализирующиеся на предложении данного типа авторско-правового контента.

1. Онлайновая продажа изображений (база данных изображений)

47. Базы данных, содержащие художественные изображения, предлагают данный контент через специализированные веб-сайты.

2. Онлайновое распространение изображений

48. Другие веб-сайты и такие Интернет-ресурсы, как сообщества и социальные сети также занимаются распространением изображений. Иногда распространение изображений не приносит прибыли их авторам, так как осуществляется без выплаты им вознаграждений.

3. Онлайновые аукционы (с использованием изображений произведений)

49. Что касается материальных произведений искусства, основные цифровые бизнес-модели представлены специализированными веб-сайтами аукционов.

G. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ БИЗНЕСА

50. Сегодня программное обеспечение распространяется различными способами, позволяющими удовлетворить потребности конечных пользователей и учесть их привычки и предпочтения. Онлайновое распространение программного обеспечения полностью меняет данную отрасль, поскольку поставки программного обеспечения теперь осуществляются не в результате традиционной покупки диска в магазине, а посредством загрузки приложений из Интернета и их установки в помещениях пользователей или использования модели по запросу для применения отдельными пользователями¹⁷ через «облачные» компьютерные технологии. Рост числа онлайн-моделей распространения программного обеспечения свидетельствует о постоянных усилиях продавцов программного обеспечения по развитию своей бизнес-модели таким образом, чтобы соответствовать ожиданиям клиентов с учетом имеющихся технических возможностей и правовой среды.

1. Программное обеспечение, доступное для скачивания

51. Пакеты программ могут загружаться из Интернета с собственных веб-сайтов продавцов программного обеспечения, а также через официальных онлайн-посредников и торговые онлайн-платформы (например, *Amazon.com*), что делает

¹⁶ Определение из словаря Collins English Dictionary.

¹⁷ Применение отдельными пользователями является новейшей моделью использования программного обеспечения: вместо установки и размещения программного обеспечения на компьютере, «облако» позволяет пользователям получить доступ к программному обеспечению через браузер (то есть, с любого устройства) с использованием разного для каждого пользователя имени пользователя и пароля.

процесс приобретения нового программного обеспечения и приложений легким и удобным для пользователей. Доступное для скачивания программное обеспечение стало популярным до внедрения «облачных» компьютерных технологий, так как позволяло приобретать программное обеспечение более эффективным способом по сравнению с традиционной покупкой в магазине. Как и в других видах пакетного программного обеспечения условия использования доступного для скачивания программного обеспечения определяются лицензионным соглашением, в котором указывается число компьютеров, на которые может быть установлена конкретная программа, и ее возможности. В большинстве случаев продавцы предоставляют потребителям возможность установить пробную версию программного обеспечения до приобретения лицензии на ее использование.

2. Программное обеспечение как услуга/ «облачные» компьютерные технологии

52. Программное обеспечение как услуга (ПОУ) – это основанная на подписке модель, которая позволяет пользователям получать доступ к конкретным программам через их веб-браузеры без необходимости установки программного обеспечения на компьютер.

53. ПОУ потенциально может существенно сократить расходы, позволяя пользователям тратить финансовые средства исключительно на продукты и приложения, которые им необходимы, и лишь тогда, когда им это необходимо. Специализированные предложения ПОУ обычно основаны на использовании модели с абонентским доступом, модели с предоставлением бесплатного минимума услуг (бесплатный доступ к ограниченному числу функций) или бесплатной модели с включенной рекламой. В своем недавнем решении¹⁸ Суд Европейского Союза постановил, что онлайн-покупатель программного обеспечения может перепродать «использованные» копии закаченных файлов другим лицам. Данное решение может привести к тому, что все большее число компаний будут предлагать ПОУ вместо услуг по скачиванию.

54. Другим вариантом является переход к бизнес-моделям, основанным на использовании «облачных» компьютерных технологий. Большинство крупных продавцов программного обеспечения начинают предлагать «облачные» компьютерные технологии, такие как *VM SmartCloud*, *Microsoft Office 365*, *Autodesk 360*. В мае 2013 года компания *Adobe* объявила о том, что все новые приложения из пакета *Creative Suite* будут распространяться по подписке исключительно через «облачный» сервис *Creative Cloud*.

Н. ИНТЕРАКТИВНОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ (ВИДЕОИГРЫ)

55. Индустрия видеоигр за последние годы сумела доработать существующие традиционные модели, такие как игровые приставки, усовершенствовав их графический дизайн и сделав их интерактивными за счет внедрения в них онлайн-технологий. Кроме того, все более популярными становятся онлайн-игры, которые в основном хранятся в «облаках» и доступны через широкополосное соединение.

1. Игры на физических носителях

56. В основном видеоигры традиционно продаются на физических носителях в фактически существующих магазинах или через такие онлайн-магазины розничной торговли как *Amazon*. Хотя рынок стабильно и уверенно переходит от использования физических носителей к исключительно цифровому распространению, доходы от

¹⁸ С-128/1, «*UsedSoft GmbH против Oracle International Corp.*», Решение Суда (Большая палата) от 3 июля 2012 года.

продажи игр на дисках до сих пор составляют большую часть прибыли; предстоящий же выход на рынок *Sony PlayStation 4* и *Microsoft Xbox One* может послужить толчком к оживлению рынка физических носителей, вернув интерес пользователей к игровым приставкам, даже несмотря на то, что обе системы сориентированы скорее на продвижение онлайн-бизнес-моделей, а не на использование в качестве самостоятельных игровых приставок. Один лишь размер некоторых игр для приставок может затруднить на сегодняшний день их цифровое распространение, принимая во внимание требования к объему для хранения и необходимость широкополосного подключения.

2. Онлайновые игры

57. За последние несколько лет онлайн-игры превратились в один из наиболее быстро растущих сегментов сектора видеоигр, чему способствовало повышение пропускной способности сетей, внедрение серьезных онлайн-возможностей в игровые приставки текущего поколения и преобразование массовых многопользовательских сетевых игр (ММСИ)¹⁹ в социальные и казуальные онлайн-игры. Сегодня создатели игр, производители игровых приставок и телефонов и розничные торговцы предоставляют пользователям широкие возможности для законного скачивания любых видов игр. Многие игры, реализуемые на дисках или картриджах, предусматривают сегодня возможность игры с другими пользователями посредством использования компьютера или игровых приставок с доступом в Интернет. Данная отрасль характеризуется в настоящее время большим числом игроков, которые могут одновременно играть друг с другом и играть в режиме онлайн. Микротранзакции²⁰, связанные с массовыми многопользовательскими сетевыми играми, являются главной движущей силой роста доходов от онлайн-игр.

3. Использование мобильных телефонов или приложений

58. Ввиду того, что все большее число потребителей использует планшеты и смартфоны для развлечения, ожидается, что сектор мобильных устройств будет в ближайшие пять лет демонстрировать наиболее высокие темпы роста в игровой отрасли. По оценкам на сегодняшний день в мире используется более 1 млрд. смартфонов и более 200 млн. планшетов²¹. Планшеты и смартфоны с пальцеориентированным интерфейсом быстро становятся фаворитами среди любителей казуальных игр. Миллионы людей во всем мире познакомились с играми благодаря своим смартфонам, открыв для разработчиков возможности создания новых игр.

59. Бизнес-модель для мобильных игр постепенно преобразуется из модели, предусматривающей плату за скачивание, в модель с предоставлением бесплатного минимума услуг²², когда загрузка игр осуществляется бесплатно, а необходимая прибыль обеспечивается за счет микротранзакций и рекламы.

III. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ

60. В последние годы цифровое распространение авторско-правового контента с использованием различных бизнес-моделей постоянно увеличивается (см.

¹⁹ Массовые многопользовательские сетевые игры

²⁰ Микротранзакция (или микроплатеж) – это незначительная сумма денег (обычно в пределах 8 евро или 10 долл. США), которую платит пользователь для получения доступа к некоторым разделам веб-сайта или, как в данном случае, для дальнейшего продвижения в онлайн-игре.

²¹ Европейская федерация интерактивного программного обеспечения (ISFE).

²² Модель, основанная на предоставлении бесплатного доступа к ограниченному числу функций.

вышеприведенные примеры из различных областей). Важно отметить, что, в особенности в некоторых секторах (таких как фильмы, коммерческое телевидение, книги, спортивные мероприятия), наличие легальных предложений четко привязано к географическому региону ввиду неизбежных различий в языке, региональной и местной культуре и вкусах. Растущий спрос на лицензионный авторско-правовой контент также оказал содействие развитию нескольких онлайн-сервисов, предлагающих различные бизнес-модели в том, что касается распространения контента (например, загрузка или потоковая передача данных) и оплаты (например, абонентский доступ, пожертвования, кредиты, и т.д.). В целом, создается впечатление, что даже там, где имеются легальные предложения, необходимо повышать уровень осведомленности об их существовании. Объяснением этому может служить тот факт, что у нелегальных каналов было больше времени для распространения среди пользователей, и в действительности они стали весьма популярными. Таким образом, для обеспечения перехода от нелегального использования авторско-правового контента к легальному, вероятно, потребуется предоставлять обществу больше информации и повышать уровень его осведомленности о наличии законных способов использования контента. Результаты анализа текущей ситуации свидетельствуют о том, что подобные предложения становятся все более доступными для всех видов контента.

Результаты исследования

- **Все более широкое использование мобильных технологий**, в особенности в планшетах, смартфонах и мобильных телефонах, тесно связано с использованием авторско-правового контента.
- Вышеупомянутый рост рынка происходит на фоне **увеличивающегося предложения специализированных приложений или апплетов**, упрощающих загрузку или потоковую передачу любого вида авторско-правового контента.
- **Развитие более скоростных технологий WI-FI и мобильных широкополосных соединений** позволяет сделать авторско-правовой контент более общедоступным и интерактивным (т.е. позволяет пользователям передавать контент с одного устройства на другое без необходимости использования стационарного компьютера с постоянным подключением к сети Интернет).
- Популярность **онлайн-социальных сетей** также играет важную роль в продвижении использования легальных предложений авторско-правового контента, стимулировании данного процесса и распространении информации о нем, в особенности среди молодого поколения потребителей онлайн-технологий.
- **«Облачные» компьютерные технологии**, предоставляющие доступ к частным библиотекам/коллекциям, являются неотъемлемым элементом новых бизнес-моделей в данной отрасли. Вероятно, это связано с тем, что мобильные телефоны и планшеты (с ограниченными возможностями хранения) становятся все более популярными среди потребителей.
- Тенденция в использовании лицензионного авторско-правового контента схожа с тенденцией, наблюдающейся в пиратском контенте, и состоит в постепенном вытеснении скачивания аудиовизуальных и музыкальных файлов их потоковой передачей.

[Конец документа]