

WIPO/ACE/9/19

الأصل: بالانكليزية

التاريخ: 8 يناير 2014

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاد

الدورة التاسعة

جنيف، من 3 إلى 5 مارس 2014

وضع نماذج عمل جديدة لتوزيع المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف

من إعداد المرصد الأوروبي للتعدديات على حقوق الملكية الفكرية^{*}

أولاً. مقدمة

1. عهدت لائحة الاتحاد الأوروبي 2012/386 إلى مكتب التنسيق في السوق الداخلية (العلامات التجارية والرسوم والنماذج) ("المكتب") بمهام تهدف إلى تيسير ودعم أنشطة السلطات الوطنية والقطاع الخاص ومؤسسات الاتحاد في مكافحة التعدديات على حقوق الملكية الفكرية المشمولة بالتوجيه EC/48/2004. وتنص الفقرة 2 (ز) من المادة 2 (المهام والأنشطة) من اللائحة 2012/386 آفة الذكر على أن يتولى المكتب "تطوير نماذج عمل تنافسية جديدة تؤدي إلى زيادة المعروض القانوني من المحتوى الثقافي والإبداعي وتشجع تبادل المعلومات وإذكاء وعي المستهلك في هذا الصدد".

2. المرصد الأوروبي للتعدديات على حقوق الملكية الفكرية عبارة عن شبكة من أصحاب المصالح من القطاعين العام والخاص. ويشجع المرصد زيادة التعاون وتبادل الآراء بشأن المسائل المتعلقة بالتعدديات على حقوق الملكية الفكرية وتعزيز هذه الحقوق. وتتضمن هذه الشبكة عدداً من أفرقة العمل المحددة، يُخصص أحدها لمسائل "الملكية الفكرية في العالم الرقمي". وقد أنشأ هذا الفريق فريقاً فرعياً من الخبراء للتعامل مع التعدديات على حق المؤلف على الإنترنت ونماذج العمل الجديدة فيما يتعلق بالعروض القانونية للمحتوى المحمي بموجب حق المؤلف.

3. هذه الورقة خلاصة لتقرير أعده موظفو المرصد بالتعاون مع الفريق الفرعي آف الذكر. وتهدف الورقة إلى توضيح نماذج العمل التجارية المختلفة كما تراها صناعة الخدمات لتقديم أنواع مختلفة من المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف باستخدام تكنولوجيات الإنترنت.

^{*} تمثل الآراء المعرب عنها في هذه الوثيقة آراء المؤلف وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

4. أجريت الدراسة عقب إجراء تحليل نوعي، وقد تُستكمل في بعض الأحيان بأرقام تتعلق بمختلف قطاعات حق المؤلف في حال توافرها. على أي حال، لا تستند نتائج الدراسة إلى البيانات الكمية، فقد قدم ممثلو الرابطة والاتحادات الصناعية العاملة على المستوى الأوروبي معظم محتوى التقرير. واستُكملت الدراسة بمعلومات مستمدة من مصادر أخرى مثل الاتحاد الأوروبي والمؤسسات الوطنية والمنظمات الدولية ومواقع الإنترنت.

5. فيما يتعلق بالمحتوى السمعي البصري، من المهم أن نشير إلى العمل الذي اضطلع به المرصد الأوروبي للمواد السمعية البصرية ومقره مجلس أوروبا في ستراسبورغ (فرنسا). ويقدم هذا المرصد معلومات بشأن الأسواق السمعية البصرية المختلفة في أوروبا وتمويلها، كما يحلل المرصد التقارير المتعلقة بالمسائل القانونية التي تؤثر على القطاعات المختلفة للصناعة السمعية البصرية¹.

ثانياً. نماذج عمل جديدة للمحتوى المحمي بموجب حق المؤلف

ألف. الموسيقى المسجلة

6. مع استمرار تطور وتحسن وتوسع الخدمات الموسيقية، تقدم الخدمات المتزايدة مزيجاً من النماذج التقليدية الموصوفة في الفصل الحالي. وقد تشمل هذه الخدمات عمليات التنزيل والعناصر الاجتماعية والتخزين السحابي والبث التدفقي جميعها في آن واحد. وتدفع الموسيقى الرقمية الابتكار. ويعمل تجار التجزئة على تحسين خدماتهم وإضافة سمات ووظائف جديدة باستمرار تضمن أن تقدم الخدمات المرخصة تجربة أفضل بشكل عام للمستخدم. وتم في عام 2012 تنزيل 2,3 مليار مقطوعة موسيقية مفردة في جميع أنحاء العالم بزيادة نسبتها 8%، كما تم بيع 207 ملايين ألبوم رقمي بزيادة نسبتها 17% عن عام 2011².

1. خدمات الاشتراك

7. تقدم خدمات الاشتراك خدمة متميزة للمستهلكين مقابل رسم شهري يغطي الكتلوج بأكمله على أساس "كل ما يمكنك تحميله". كما يمكن لهذه الخدمات أن تتيح الاستماع من خلال الحواسيب الشخصية فقط (غالباً من خلال مستوى من الخدمة مجاني/ مدعوم بالإعلانات - انظر الفقرة 5.1)، علاوة على الاستماع أو التخزين المؤقت على الهاتف المحمول الذي يسمح بتقاسم قوائم التشغيل مع أشخاص آخرين. وتقدم العديد من خدمات الاشتراك في حزمة واحدة إما مع الاشتراك في الإنترنت أو في الهاتف المحمول، مما يتيح سلاسة استخدامه، وتعد خدمات الاشتراك المجال الأسرع نمواً في الموسيقى الرقمية إذ وصلت نسبة المشتركين فيها في عام 2012 إلى 44% والعائدات إلى 62%.

2. التنزيل

8. تقدم خدمات التنزيل خيارات متنوعة للمستهلكين حيث تتيح موسيقى رقمية مسجلة قد تتضمن مقطوعات موسيقية مفردة وألبومات ومواد خاصة مميزة وشرائط فيديو موسيقية يمكن شراؤها عن طريق الحاسوب والهواتف المحمولة والحواسيب اللوحية. وبمجرد تحميل الملف المُشترى، يمكن في الغالب نقله إلى أي جهاز لسامع الموسيقى. وقد صممت أيضاً بعض الأجهزة خصيصاً للعمل مباشرة مع أجهزة مثل أجهزة الاستقبال الرقمي set-top box المتصلة بأي تليفزيون أو بسوني بلاي ستيشن³.

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

² تقرير الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات الصوتية عن الموسيقى الرقمية 2013.

3. السحاب

9. تتيح خدمات الموسيقى السحابية للمستخدمين شراء مجموعات موسيقية، وإمكانية تخزينها بصورة آلية في أحيان كثيرة على الإنترنت للوصول إليها في أي وقت. وثمة خدمات أخرى تتيح للمستخدم وضع مجموعة بأكملها، ومطابقة مقطوعات أي كنالوج يصل جمهوره إلى ملايين، ثم يتيح للمستخدم الاستماع إليها في أي وقت من خلال مجموعة واسعة من الأجهزة تشمل الحواسيب ومشغلات ملفات إم بي 3 والهواتف الذكية وأجهزة الاستقبال الرقمية وأجهزة ألعاب الفيديو. وتقدم شركات آي تيونز وجوجل وأمازون جميعها مساحات تخزين سحابية من خلال خدماتها الموسيقية.

4. الهاتف المحمول

10. قد يرغب المستهلكون في المزيد والمزيد من الحرية في استخدامهم للموسيقى. ولا ينبغي للتحرك الدائم أن يعوق قدرتهم على الاستماع إلى الموسيقى؛ لذلك تم مواءمة الخدمة. وتتاح الآن معظم خدمات الهاتف المحمول لجميع أنواع الأجهزة، فتقدم خدمات البث التدفقي وتخزين المحتوى بصورة مؤقتة (الذي يجري تنزيله بصورة مؤقتة على الهاتف بحيث يمكن الاستماع إلى المقطوعات حتى في حالة عدم الاتصال بالإنترنت) والمقطوعات والألبومات والفيديوهات ونغمات الاتصال (للاستخدام في الهواتف المحمولة).

11. تتيح خدمات البث التدفقي للمستخدمين اختيار الموسيقى التي تقدمها الخدمة والاستماع إليها. وتغطي الخدمة جميع أنواع الموسيقى ومعظم احتياجات المستهلكين. ومن ناحية أخرى، يتيح التخزين المؤقت للموسيقى النظر في جميع قوائم التشغيل وتحميل المقطوعات المفضلة. كما أن الكتلوجات المتاحة تشمل جميع المصنفات تقريبا.

12. وفيما يتعلق بالمقطوعات المشتراة على الهواتف المحمولة فيمكن أيضا نقلها إلى أجهزة أخرى. وتشمل هذه الفئة تطبيقات الهاتف المحمول أو ما يُطلق عليه اختصارا 'apps' التي تعمل بالاقتران مع خدمات أخرى تكميلية على الإنترنت في حاسوب متصل بالإنترنت.

5. النماذج المدعومة بإعلانات

13. تقدم العديد من خدمات البث التدفقي نماذج مدعومة بإعلانات مجانية حيث يسجل المستهلكون الدخول إلى خدمة ما ويستفيدون من معظم وظائفها الأساسية لكن يتعين عليهم الاستماع إلى عدد معين من الإعلانات. وثمة خدمات أخرى تركز حصريا على هذا النموذج المدعوم بالإعلانات حيث تعرض موسيقى مرخصة وفيديوهات موسيقية مجانا. ويشترك أيضا العديد من مستخدمي هذه النماذج في نسخ متميزة تقدم وظائف إضافية وخدمات دون إعلانات.

6. البث الإذاعي على الإنترنت / الإذاعة الإلكترونية

14. تساعد التكنولوجيا الرقمية في تقديم الجيل التالي من تجربة البث الإذاعي. وتنشئ خدمات البث الإذاعي على الإنترنت مثل لاس ت إف إم *Last.fm* و باندورا *Pandora* وآي هارت راديو *iHeartRadio* و سلاك *Slacker* قوائم تشغيل تلقائية للمستمعين من نقطة مرجعية واحدة - فنان معين أو نوع الموسيقى أو العقد أو الموضوع. وتمثل القدرة على الانتقال إلى الأغنية التالية إضافة إلى التعديل، في حين تعتمد العديد من الخدمات كذلك على المنسقين المحترفين. ومن المؤلف جدا في الولايات المتحدة أن تعود هذه الخدمات بإيرادات لم تتحقق من قبل، وأن تتوسع في أسواق إضافية. وقد توصلت دراسة أجراها فريق ناشيونال بيرتشنس ديربي *NPD*³ في الولايات المتحدة إلى أن الاستماع إلى البث الإذاعي المجاني على الإنترنت أكثر شيوعا بين صغار البالغين (من 18 إلى 25 عاما).

³ ناشيونال بيرتشنس ديربي National Purchase Diary هي شركة عالمية متخصصة في أبحاث السوق.

باء. المحتوى السمعي البصري (الأفلام والتلفزيون التجاري)

15. يشهد سوق خدمات الوسائط السمعية البصرية في أوروبا تطورا هاما في الوقت الراهن، حيث تُمكن التكنولوجيات الحديثة الأعمال التجارية من تقديم محتوى إلى المستهلكين بطرق متعددة. وقد ارتفع معدل إنفاق المستهلك على الفيديو الرقمية وعلى شرائط التلفزيون التسجيلية حسب الطلب إلى 49,8% (1,6 مليار يورو) مقارنة بعام 2011، بينما انخفض إجمالي إنفاق المستهلك على أسطوانات الفيديو (أسطوانات دي في دي و بلو راي) بمعدل 7,5%.

16. شهدت أوروبا، في السنوات الأخيرة، ارتفاعا كبيرا في عدد خدمات التلفزيون غير الخطية المتاحة (أي الخدمات التي لا تستند إلى برامج ثابتة ومحددة سلفا). واقتصرت خدمات الفيديو حسب الطلب في الأصل على منصات التلفزيون التي لها مسار ارتداد مدمج (التلفزيون الكابلي وتلفزيون بروتوكول الإنترنت).

17. ازدهرت الخدمات غير الخطية مع تطور خدمات الفيديو على الإنترنت وزيادة في سرعة النطاق العريض. ويعود تاريخ أحدث دراسة استقصائية شاملة عن الخدمات غير الخطية متاحة في الاتحاد الأوروبي إلى مايو 2013. في ذلك الوقت كان هناك 3197 خدمة سمعية بصرية عند الطلب، منها 819 خدمة تلفزيونية عبر الإنترنت⁴. وتجرب الأعمال التجارية أيضا نماذج مختلفة لتوزيع المحتوى السمعي البصري، سواء أكانت نماذج قائمة على الدفع مقابل الخدمة أو الإيجار أو دفع اشتراك أو مجانية أو مدعومة بإعلانات. ولم يتضح بعد أي النماذج ستنجح على المدى البعيد. ويتمتع المستهلكون بقدر أكبر من الحرية في كيفية الوصول إلى المحتوى ومشاهدته. كما يمكنهم مشاهدة برامج التلفزيون والأفلام باستخدام أجهزة متعددة مثل التلفزيون والحواسيب اللوحية والحواسيب الشخصية والهواتف الذكية (المشاهدة على "الشاشات متعددة"). كما يمكنهم الاختيار بين البرامج المقررة وفقا لجدول زمني والخدمات عند الطلب لتعرض في الوقت الذي يختارونه. ومع أن بعض هذه الخدمات الجديدة يُقدم من خلال شبكة الإنترنت المفتوحة (ما يُسمى خدمات بث المحتوى عبر الإنترنت) فإن البعض الآخر لا يُتاح إلا من خلال شبكات يديرها مقدمو خدمات التلفزيون الكابلي أو تلفزيون بروتوكول الإنترنت⁵ (يُشار إليها فيما يلي "إدارة خدمات الفيديو على الإنترنت"). وتقدم العديد من الأعمال التجارية مزيجا من هذه الخدمات، مثلا بالسماح للمستهلكين بمشاهدة المحتوى إما في أوقات المشاهدة المقررة أو في الوقت الذي يختارونه بغض النظر عن الشبكة التي يستخدمونها.

1. الخدمات الخطية (المحتوى المبرمج)

18. عادة ما تُقدم الخدمات الخطية جنبا إلى جنب مع خدمات عند الطلب مثل خدمات التلفزيون عبر الإنترنت وخدمات تقديم المحتوى حسب الطلب. وقد تتاح هذه الخدمات مجانا أو مدعومة بإعلانات أو عن طريق الاشتراك (إما بصورة مستقلة أو كجزء من الاشتراك في قنوات التلفزيون المدفوعة الأجر). وتعد الخدمات الخطية غير المتكررة أكثر شيوعا مع البث الذي يكون فيه عامل الوقت حاسما مثل الأحداث الرياضية أو البرامج ذات المحتوى المتميز (مثل، سكاى سبورت داي باس).

أ) إدارة خدمات الفيديو على الإنترنت

19. تتيح العديد من شركات التلفزيون الكابلي أو تلفزيون بروتوكول الإنترنت مثل شركة تليا *Telia* وموفي ستار *Movistar* ونيوميركابل *Numericable* للمستهلكين إمكانية مشاهدة المحتوى الإذاعي المقرر زمنيا على العديد من الأجهزة مثل أجهزة التلفزيون التقليدية والهواتف الذكية والحواسيب الشخصية والحواسيب اللوحية. وقد يقتصر تقديم هذه

⁴ الاتحاد الدولي للفيديو، البيانات الأساسية لأوروبا 2013.

⁵ قاعدة بيانات المرصد السمعي البصري الأوروبي. MAVISE. <http://mavise.obs.coe.int/>

⁶ تلفزيون بروتوكول الإنترنت.

الخدمات على الشبكة الخاصة لمقدم الخدمة (مثل، الاتصال الثابت أو المتنقل بالشبكة العريضة النطاق والواي فاي⁷ ونقاط الاتصال اللاسلكية وما إلى ذلك) أو قد تُعرض كخدمة بث الفيديو عبر الإنترنت.

(ب) خدمات بث الفيديو عبر الإنترنت

20. تتيح هذه الخدمات للمستهلكين البث التلفزيوني المباشر على شبكة الإنترنت المفتوحة. وغالبا على شاشات متعددة (أجهزة التلفزيون الذكية والحواسب الشخصية والحواسب اللوحية والهواتف الذكية، وغيرها) كما تتاح هذه الخدمات في الغالب كجزء من الاشتراك في القنوات المدفوعة الأجر (مثل ميديا ست بريميوم بلاي *Mediaset Premium Play* وسكاي جو *Sky Go* وكانال+ مالتي إكران *Canal+ Multi-écrans* وفياسات *Viasat*) وتعرض العديد من محطات البث المجاني برامجها على الهواء مباشرة. ويقتصر البث المتزامن لبعض المحطات على مواد معينة مثل البرامج الإخبارية، بينما تبث محطات أخرى قنواتها بشكل متزامن على مدار الساعة 7 أيام في الأسبوع (مثل قنوات ميدانجرا ب آر تي إل دويتشلاند *Mediengruppe RTL Deutschland* وإن تي في *N-TV* و ميدياست تاجكوم *Mediaset's 24*). (TGC024).

2. الخدمات غير الخطية (عرض المحتوى حسب الطلب)

(أ) إدارة الشبكات

نموذج التأجير - الدفع مقابل الخدمة (خدمات الفيديو حسب الطلب):

21. ويقدم العديد من مقدمي خدمات التلفزيون الكابلي و تلفزيون بروتوكول الإنترنت للمستهلكين خدمة تأجير أفلام وبرامج سمعية بصرية من الكاتالوج الخاص بهم بحيث تُعرض في فترة زمنية محددة (مثلا في خلال 72 ساعة). وقد يُتاح هذا المحتوى على شاشات متعددة (مثل فيرجين ميديا *Virgin Media* وتيلينت *Telenet* ويو بي سي *UPC*). وقد تُعرض هذه الخدمة أيضا كخدمة بث الفيديو عبر الإنترنت (انظر أدناه).

التأجير - الاشتراك (الاشتراك في خدمة الفيديو حسب الطلب):

22. يُتاح للمستهلكين أيضا، كجزء من الاشتراك في خدمات التلفزيون الكابلي أو تلفزيون بروتوكول الإنترنت، كاتالوج أفلام وبرامج سمعية وبصرية يمكن مشاهدتها حسب الطلب، ويمكن أن تُعرض على شاشات متعددة. تتضمن هذه الخدمات في الغالب عرض محتويات حديثة مثل مسلسلات التلفزيون الأمريكية في اليوم التالي للعرض الأصلي في الولايات المتحدة، وقبل وقت طويل من العرض لأول مرة على شاشة التلفزيون (مثل، إم6 *M6* وآر تي إل - و تي في آي سيرز باس *RTL* *(TVI Series Pass)*).

23. قد تُعرض أيضا كخدمة بث الفيديو عبر الإنترنت (انظر أدناه).

التلفزيون عبر الإنترنت:

24. قد يتيح مشغلو التلفزيون الكابلي أو تلفزيون بروتوكول الإنترنت للمستهلكين إمكانية مشاهدة برامج أذيعت حديثا، بما في ذلك الأفلام على محطات تلفزيوناتهم أو على أجهزة أخرى. وقد تُعرض هذه الخدمة أيضا كخدمة بث الفيديو عبر الإنترنت.

(ب) خدمات بث الفيديو عبر الإنترنت

25. تتاح هذه الخدمات عبر شبكة الإنترنت "المفتوحة" ويمكن مشاهدتها على مجموعة متنوعة من الأجهزة المتصلة بالإنترنت (التلفزيونات الذكية ومنافذ وسائط الإعلام المنزلية والحواسيب اللوحية والهواتف الذكية، وما إلى ذلك).

التنزيل المجزأ/الدائم:

26. بالنسبة لهذه الخدمات، يتمكن المستهلكون من تنزيل المحتوى والاحتفاظ به على أجهزتهم لمشاهدته في أي وقت يختارونه دون التقيد بفترة زمنية محددة. وقد تقدم هذه الخدمة جنبا إلى جنب مع خدمات سحابة تمكن المستهلكين من نقل المحتوى نفسه إلى أجهزتهم (مثل، بروزينسيت 1 ماكسدوم دي (*ProSiebenSat1's Maxdome.de*)).

الخدمات السحابية:

27. وفيما يتعلق بهذه الخدمات، تُخزن نسخة من محتوى الملف على خادم لدى مقدم المحتوى، على أن يُتاح للمستهلكين نقل المحتوى إلى أجهزتهم. وعلى النقيض من نموذج الإيجار، لا يُتاح المحتوى على أساس فترة زمنية محددة، بل يتاح مرارا وتكرارا وفي أي وقت يختاره المستهلك. وغالبا ما تقتزن الخدمات السحابية بعمليات شراء تجارية كالتنزيلات الدائمة (مثلا، الآي تيونز و تليفزيون وواكي) أو بيع الوسائط المادية (مثل ألترافيلوت⁸ *UltraViolet*).

التأجير- التجاري (الفيديو حسب الطلب):

28. قد تقدم الأعمال التجارية قائمة بالمحتويات التي يمكن تنزيلها أو نقلها لمشاهدتها خلال فترة زمنية محددة (مثل بلينبوكس Blinkbox وفود بل *vod.pl*).

التأجير- الاشتراك (الاشتراك في خدمة الفيديو حسب الطلب):

29. قد يتيح مقدمو الخدمة للمستهلكين قائمة بالمحتويات لنقلها إلى أجهزتهم. وقد يتفاوت الاشتراك من عرض عدد محدود من الأفلام أو البرامج السمعية البصرية كل أسبوع/شهر إلى حزم "كل ما يمكنك تحميله" مع عدد لا محدود من المشاهدات (مثل، فيابلاي Viaplay وواتشيفر Watchever وكنال بلاي انفينيتي *CanalPlay Infintiy* و نتفليكس *Netflix* ولف فيلم *Lovefilm*).

التلفزيون عبر الإنترنت:

30. في الواقع العملي، جميع محطات البث التجارية تتيح للمستهلكين فرصة تنزيل أو نقل المحتوى المذاع حديثا إلى أجهزتهم (مثل آي تي في بلير *ITV Player* وآي ووتش *Iwatch* وريت إكسل *RTL XL* و تي في إن بلاير *TVN Player*).

العروض الأولى على الإنترنت:

31. تتيح الآن العديد من محطات البث إمكانية مشاهدة حلقات مسلسل تلفزيوني أمريكي في اليوم التالي للعرض الأصلي في الولايات المتحدة وذلك قبل وقت طويل من العرض لأول مرة على شاشة التلفزيون (مثل، بروزينسيت 1 على ماي فيديو (*ProSiebenSat1. on MyVideo*)).

⁸ أترافيلوت عبارة عن مجموعة من الحقوق الرقمية المجانية القائمة على الخدمات السحابية، تتيح لمستخدميها إمكانية شراء أي فيلم أو برنامج تلفزيوني من أحد تجار التجزئة المشتركين، وتضاف تلقائيا إلى مجموعة أترافيلوت للمستخدمين. وتتاح خيارات نقلها عبر الإنترنت أو تنزيلها للمشاهدة في أوقات عدم الاتصال بالإنترنت على مجموعة متنوعة من الأجهزة المتصلة (مثل جهاز الهاتف المحمول والحاسوب والتلفزيون وأجهزة اللعب، وما إلى ذلك).

جيم. بث الأحداث الرياضية

32. لا يوجد موقع إلكتروني أو محطة بث تعرض جميع الألعاب الرياضية. ويُعزى ذلك إلى الاستهلاك الحثي لمحتوى الألعاب الرياضية وإلى احتمال اختلاف سبل تغطية اللعبة الرياضية نفسها من بلد إلى آخر. ويستخدم بث الأحداث الرياضية، في الغالب، النماذج نفسها المستخدمة في بث المحتوى السمعي البصري مثل خدمات بث الفيديو عبر الإنترنت.

33. يوجد في الأساس نموذجان مختلفان ينقسمان حسب شعبية المسابقات: المسابقات ذات الشعبية الجارفة (مثل دوري أبطال أوروبا والدوري الممتاز ودوري الدرجة الأولى الألماني (بوندسليغا) والألعاب الأولمبية) التي تنبأ حصرها محطة واحدة لكل بلد (أحيانا عدة محطات حصرية)، والمسابقات الأقل شعبية التي يُستخدم الإنترنت لتعزيز نسبة مشاهدتها، والتي لا تلجأ إلى الحجب الجغرافي⁹ لأغراض الترخيص.

1. البث التلفزيوني (الدفع مقابل المشاهدة، الاشتراك).

34. أما فيما يتعلق بالأفلام والتلفزيون التجاري، تُبث الأحداث الرياضية على قنوات التلفزيون عن طريق نظام الدفع مقابل المشاهدة، أي شراء حق مشاهدة حدث مفرد محدد أو من خلال نموذج الاشتراك الذي يسمح للمستهلكين بمشاهدة سلسلة من الأحداث منصوص عليها في العقد الموقع عليه. ومن بين قنوات التلفزيون التي تقدم هذا النوع من النماذج: كنانال بلاس وسكاي وغيرها. ويُستخدم هذا النموذج التجاري أساسا للأحداث ذات الشعبية مثل مباريات كرة القدم لمختلف أنواع الدوري، وبطولات العالم لكرة القدم وفورميلا 1، وبطولات رابطة محترفي التنس وما إلى ذلك.

2. المشاهدة على الإنترنت (مجانا/ بنظام الدفع مقابل المشاهدة)

35. تُنقل الأحداث الرياضية أيضا على الإنترنت عن طريق البث التدفقي. وتوجد لجميع أنواع الأحداث مواقع رسمية تنقل هذا البث مجانا أو بمقابل. وباستثناء قنوات التلفزيون التي ستقدم العرض نفسه من البث التلفزيوني عبر الإنترنت، فإن الأحداث الرياضية جميعها أو أهم ما ورد بها تُبث أيضا من خلال المواقع الرسمية التي تملكها المنظمات والرابطة المعنية مثل: www.uefa.com, www.fifa.com, www.daviscup.com, www.f1.com. معين من البث التدفقي المجاني للأحداث الرياضية الحية (لا سيما أهم ما ورد بها) على مواقع مثل يوتيوب *Youtube* وديلي موشن *Dailymotion* والمواقع المماثلة. وبصفة عامة، يُعد البث التدفقي على الإنترنت نموذج عمل يُستخدم خصيصا للأحداث الرياضية الأقل شعبية، وإن كانت الأحداث التي تحظى بشعبية تتقدم ببطء نحو هذا النوع من العرض.

دال. المحتوى الصحفي

36. تسارع ناشرو الصحف ووسائل الأبناء إلى ابتكار سبل لتزويد المستهلكين بمحتوى صحفي محني في البيئة الرقمية. وتأتي مواقع الصحف دائما ضمن أكثر المواقع زيارة على المستوى الوطني في جميع أنحاء أوروبا. ويتزايد جمهور القراء عبر الإنترنت بصورة مطردة وملحوظة في جميع الدول الأعضاء كل عام منذ عام 2005. وفي الواقع استخدم 17% فقط من الأوروبيين (25 بلدا في الاتحاد الأوروبي) الإنترنت لقراءة الأخبار أو لتنزيلها في عام 2004، وقد تزايد هذا العدد إلى أكثر من الضعف ليصل في عام 2012 إلى 45% (27 بلدا في الاتحاد الأوروبي)¹⁰.

⁹ يُطبق الحجب الجغرافي عن طريق مقدمي خدمات الإنترنت (ISP's). ويستند الحجب إلى عنوان بروتوكول الإنترنت للمستخدم الذي يحاول الوصول إلى مواقع محددة. ويُمنع الوصول إلى هذه المواقع لأسباب تتعلق بالتراخيص أو لأسباب قانونية. وعادة ما تُدرج المواقع الممنوعة في قائمة المواقع "السوداء" أو "المحجوبة" التي يحتفظ بها مقدمو هذه الخدمات.

¹⁰ المكتب الإحصائي للجماعات الأوروبية Eurostat، الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت لقراءة/ لتنزيل الصحف/ المجلات الإخبارية عن طريق الإنترنت. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00097>

1. مواقع الصحف المجانية

37. يُتاح للقراء من خلال المواقع الإلكترونية للصحف الوصول إلى محتوى قائم على النص المهني، إضافة إلى الصور والفيديوهات والسمات التفاعلية والمحفوظات على الإنترنت. وتشجع العديد من الصحف القراء على إبداء التعليقات على المقالات والمدونات والتفاعل مع الصحفيين وسائر الأطراف المهتمة على منتديات الإنترنت. وقد عزز ذلك تبادل الآراء بين إدارات التحرير وجمهور القراء على نحو دينامي وآني ومفيد للجانبين.

2. و خدمات الاشتراك: أ) إمكانية الوصول الكامل عن طريق التسجيل؛ ب) نموذج الاشتراكات التدريجية؛ ج) نموذج الاشتراك الكامل

38. يُتاح الوصول إلى المواقع الإلكترونية للصحف من خلال هذه الأنواع الثلاثة من النماذج:

أ) الاطلاع على الصحف أو المجلات عن طريق تسجيل البيانات على الإنترنت،

ب) ونموذج الاشتراك التدريجي، وفيه يتيح الناشر للقراء الوصول، بمستوى معين، إلى مواقعهم وإلى المعلومات المتاحة عليها، لكن يُشترط التسجيل ودفع الاشتراك إذا أراد القارئ الحصول بصورة كاملة على جميع الخدمات والمعلومات المتاحة على الموقع،

ج) ونموذج "الاشتراك" الكامل حيث لا يُسمح بالوصول إلى أي محتوى دون دفع الاشتراك¹¹.

3. خدمات نصية لأجهزة الهاتف المحمول (أخبار عاجلة، مقتطفات، مختارات من الصحف اليومية).

39. مع أن أوروبا لم تصل بعد إلى مستوى الولايات المتحدة (39,5%) واليابان (57,6%) في إطلاع مستخدمي الهاتف المحمول على الأخبار والمعلومات من خلال أجهزتهم، إلا أنها حققت في السنوات الأخيرة أعلى معدل نمو في إتاحة الحصول على الأخبار على الهواتف المحمولة. ويشير تقرير شركة كومسكور، في الواقع، إلى تزايد العدد اليومي لمستخدمي الهاتف المحمول للحصول على الأخبار والمعلومات بنسبة 65% في الفترة من عام 2009 إلى عام 2010.¹²

4. تطبيقات للحواسب اللوحية والأكشاك الرقمية

40. أتاح الارتفاع الأخير في معدل استخدام الحواسب اللوحية منصة جديدة لناشري الصحف للوصول إلى جمهورها. وأبدى العديد من المستهلكين الأوروبيين حماساً إزاء احتمالات قراءة الأخبار من أجهزتهم اللوحية. ويوجد نحو 29 مليون مستخدم للأجهزة العاملة بنظام آي أو إس أبل Apple iOS مثل أي باد iPads وآي فون iPhones وآي بود تاتشس iPod Touches، كما يوجد نحو 14 مليون مستخدم لتطبيق أندرويد لشركة جوجل في الاتحاد الأوروبي-5.

5. تزييلات مدفوعة الأجر لصحف أو لمقالات مفردة

41. تشير تقارير شركة كومسكور إلى أنه على الرغم من أن 67% من إجمالي مستخدمي الإنترنت في عام 2010، يقرأون الأخبار على الإنترنت فإن الأخبار / المعلومات تأتي في المرتبة السادسة ضمن أكثر فئات المواقع زيارة. وقد ارتفعت هذه النسبة بنحو 6,1% بدءاً من عام 2010¹³. ومن الأمثلة على الاستراتيجيات الجديدة المبتكرة المستخدمة لتطويع هذه التكنولوجيات، تطبيق جديد لنظام آي أو إس iOS يسمى فرانس برس ePresse.fr أُطلق في فرنسا في يناير 2011.

¹¹ مجلة الإيكونوميست - تقرير خاص: بوليتنز فروم فيوتشر (نشرات من المستقبل).

¹² شركة كومسكور/2010 موبائل بير إن ريفيو.

¹³ شركة كومسكور / يوريب ديجيتال بير إن ريفيو 2010.

يجمع هذا التطبيق بين محتوى سبع صحف فرنسية وثلاث مجلات إخبارية، كما يتيح للقارئ المنعطفش للأخبار تنزيل جميع محتويات هذه الصحف والمجلات إضافة إلى محتويات عشر أعداد سابقة من كل صحيفة أو مجلة بنقرة واحدة.

هاء. الكتب

42. تُستخدم التكنولوجيات الرقمية في صناعة نشر الكتب منذ وقت طويل، إلا أن سوق الكتب الإلكترونية الحقيقي لم يبدأ في الظهور إلا عندما أتاحت هذه التكنولوجيات للمستخدم النهائي تجربة مرضية للقراءة. وهو ما حدث في السنوات الخمس الماضية التي شهدت تطورا سريعا في سوق الكتب الإلكترونية في جميع أنحاء أوروبا. ويجرك هذا السوق التقدم الكبير في مجال الكتب الإلكترونية (وغيرها من أجهزة القراءة الإلكترونية) وزيادة إتاحة العناوين وانتشار الإنترنت واستفادة المستهلكين من الأجهزة التكنولوجية. ولا يزال السوق في أولى مراحل التطور، باستثناء المملكة المتحدة حيث بلغت نسبة المبيعات من الكتب الإلكترونية 12% من مبيعات سوق الكتب في عام 2012. أما في باقي بلدان الاتحاد الأوروبي، فقد بلغت هذه النسبة نحو 2-3% (في ألمانيا وفرنسا وإسبانيا وإيطاليا) وربما أقل في بلدان أخرى. ومع ذلك فإن معدلات النمو كانت مبهرة وشاركت الغالبية العظمى من الناشرين في هذه السوق الجديدة، الذي يتيح سلسلة من الفرص نظرا إلى وصول القراء إلى الكتب الإلكترونية على عدة أجهزة (الحواسب الشخصية والحواسب اللوحية وأجهزة القراءة والهواتف المحمولة) وفي أسواق مختلفة.

1. الكتب الإلكترونية للتنزيل

أ. الشراء

43. خلاصة القول، إن نسبة تقدر بنحو 2,5 مليون عنوان كتاب إلكتروني متاحة للمستهلكين الأوروبيين، ويوجد كتاب إلكتروني واحد على الأقل في واجهة متاجر بيع الكتب في كل بلد أوروبي¹⁴. ويتيح النموذج الأكثر شيوعا للمستهلكين شراء الكتب الإلكترونية من واحدة من منصات البيع بالتجزئة العديدة المتاحة.

ب. الاشتراك

44. في سوق لا يزال ناشئا، تحدث تجارب متنوعة، من بينها خدمات الاشتراك التي تتيح الوصول إلى مجموعات من الكتب الإلكترونية نظير رسم شهري. من الأمثلة البارزة على ذلك مواقع *youboox.fr* و *cyberlibris.com* و *izneo.com* (المتخصص في المجالات الفكاهية)، كما توجد أمثلة على تقديم خدمات خاصة مثل موقع *bardowl.com* (تطبيق باشتراك للكتب المسموعة). ويمكن اعتبار متجر كتب جوجل بلاي Google Play مميذا من حيث إنه خدمة سحابية؛ إذ يمكن الحصول على الكتب على الإنترنت بغض النظر عن طريقة شرائها. ويعد نموذج الاشتراك النموذج الأساسي في مجال النشر الأكاديمي والمهني (أو المجال العلمي والتقني والطبي ومجال العلوم الإنسانية، وغيرها).

2. الكتب الإلكترونية في البث التدفقي

45. على نطاق عالمي، يقدم الناشر في مجال العلوم والتكنولوجيا والطب¹⁵ نموذجا بمقابل أو "المشاهدة مقابل الدفع" للاطلاع على المحتوى، كما يتيحون نماذج التأجير التي تسمح للأفراد بمشاهدة المحتوى على مدار الساعة مثل موقع ديب دايف حيث تتوفر آلاف المقالات المنشورة في الدوريات للإيجار. www.deepdive.com/browse/journals كما يوجد برغم ذلك العديد من المنصات التي تتيح هذه المواد (الدوريات في المقام الأول، وأيضا الكتب الإلكترونية) للمكتبات وأيضا للمستهلكين الأفراد في كثير من الأحيان.

¹⁴ اتحاد الناشرين الأوروبيين (FEP).

¹⁵ العلوم والتكنولوجيا والطب، STM هو اختصار يُستخدم لتعريف هذا النوع من المنشورات المتخصصة الموجهة أساسا إلى الممارسين.

واو. الفنون البصرية

46. تشمل الفنون البصرية الرسم والنحت والتصوير وغيرها، في مقابل الموسيقى والمسرح والأدب¹⁶. وتُنشر الفنون البصرية في الوقت الحاضر عن طريق خدمات الإنترنت، لاسيما المواقع الإلكترونية وغيرها من المنصات مثل مجموعات الأخبار. ورغم عدم وجود تطورات محددة فيما يتعلق بنماذج عمل جديدة في مجال الفنون البصرية، توجد عدة مواقع تقدم هذا النوع من المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف.

1. مبيعات الصور على الإنترنت (قواعد بيانات الصور)

47. تتيح قواعد البيانات التي تتضمن صوراً فنية هذا المحتوى من خلال مواقع محددة.

2. نشر الصور على الإنترنت

48. تقوم مواقع أو منصات الإنترنت الأخرى مثل شبكات المجتمعات والشبكات الاجتماعية أيضاً بنشر الصور. وأحياناً يكون هذا النشر غير مجز للمؤلفين حيث تُنشر الصور دون دفع مقابل لهم.

3. المزادات على الإنترنت (باستخدام صور للأعمال)

49. وفيما يتعلق بالأعمال الفنية المادية، تُعرض الأعمال الرقمية الرئيسية من خلال مواقع المزادات المتخصصة.

زاي. برمجيات الأعمال

50. تُوزع، في الوقت الحالي، البرمجيات من خلال مجموعة متنوعة من القنوات لكي تلبي احتياجات المستخدم النهائي وعاداته وتفضيلاته. ويؤدي توزيع البرمجيات على الإنترنت إلى تغيير وجه صناعة البرمجيات تغييراً جذرياً، فقد تحولت إتاحة البرمجيات من الصورة التقليدية المتمثلة في شراء أسطوانة من متجر إلى تنزيل تطبيقات البرمجيات من الإنترنت وتثبيتها على حواسيب في موقع كل مستخدم عند الطلب¹⁷ من خلال الحوسبة السحابية. ويعكس انتشار نماذج إتاحة البرمجيات على الإنترنت الجهود المستمرة لموردي البرامج لتطوير نماذج أعمالهم من أجل تلبية لتوقعات المستهلكين والإمكانيات التقنية والبيئة القانونية.

1. البرمجيات القابلة للتنزيل

51. يمكن تنزيل مجموعات برمجيات عبر الإنترنت من المواقع الخاصة لموردي البرمجيات، وأيضاً من خلال متعهدي إعادة البيع الشرعيين على الإنترنت ومن منصات سوق الإنترنت (مثل، موقع أمازون دوت كوم (*Amazon.com*) مما يبسط ويسر حصول المستخدم على منتجات وتطبيقات البرمجيات الجديدة. وقد شاعت البرمجيات القابلة للتنزيل في عصر ما قبل الحوسبة السحابية وهي تزود المستخدمين بوسائل أكثر فعالية للحصول على البرمجيات بالمقارنة مع النظام التقليدي لشراء "مجموعة برمجيات" من المتجر. وعلى غرار أنواع أخرى من "مجموعات" من البرمجيات، تتحدد شروط استخدام البرمجيات القابلة للتنزيل بموجب اتفاقات ترخيص تحدد عدد الحواسيب التي يمكن تنزيل البرمجيات عليها، والسمات المتضمنة في تلك البرمجيات. وفي كثير من الحالات، يتيح موردو الخدمة للمستخدمين تنزيل نسخة تجريبية من مجموعة برمجيات قبل منحهم ترخيصاً باستخدامها.

¹⁶ يقدم قاموس كولينز الإنكليزي تعريفاً للفنون.

¹⁷ يشير مصطلح "تنزيل التطبيق لكل مستخدم" إلى النموذج الأحدث في استخدام البرمجيات: فبدلاً من تثبيت البرمجيات وتشغيلها في جهاز، تسمح الخدمة السحابية للمستخدمين بالوصول إلى البرمجيات الخاصة بهم من خلال المتصفح الخاص بهم (تقنياً من أي جهاز) وذلك عن طريق بيانات الدخول وكلمة السر الخاصة بالمستخدم.

2. البرمجيات كخدمة / الحوسبة السحابية

52. البرمجيات كخدمة: (SaaS) عبارة عن نموذج عمل قائم على الاشتراك، يمكن للمستخدم من خلاله الحصول على برمجيات وتطبيقات محددة عن طريق متصفح الإنترنت بدلا من تثبيت البرمجيات على حاسوبه الشخصي.

53. يمكن لنموذج البرمجيات كخدمة أن يخفف كثيرا التكاليف من خلال السماح للمستخدمين بتركيز إنفاقهم فقط على المنتجات والتطبيقات التي يحتاجونها عندما يحتاجون إليها. وتستند خدمات البرمجيات كخدمة تملكية عادة إلى نموذج رسوم الاشتراك أو إلى نموذج الفريميوم (النفذ الحر إلى وظائف محدودة) أو إلى نموذج مجاني مدعوم بالإعلانات. وفي حكم¹⁸ صدر حديثا عن محكمة العدل في الاتحاد الأوروبي CJEU، تقرر أنه يمكن لمشتري برمجيات على الإنترنت أن يعيد بيع نسخا "مستعملة" من التنزيلات إلى أشخاص آخرين. ومن النتائج المترتبة على هذا الحكم تزايد عدد الشركات التي تقدم البرمجيات كخدمة بدلا من خدمات التنزيل.

54. ثمة خيار آخر يتمثل في الانتقال إلى نماذج العمل القائمة على الخدمات السحابية. وتقدم الغالبية العظمى من موردي البرمجيات عروض سحابية مثل: آي بي إم سمارت كلاود *IBM SmartCloud* ومايكروسوفت أوفيس *Microsoft 365* *Office* وأوتوديسك *Autodesk 360* وفي مايو 2013 أعلنت شركة أدوبي أنها ستقدم تطبيقات كريتيف سوت *Creative Suite* الجديدة باستخدام نموذج الاشتراك فقط من خلال خدمتها المسماة كريتيف كلاود *Creative Cloud*.
حاء. البرمجيات التفاعلية (ألعاب الفيديو)

55. تمكنت صناعة ألعاب الفيديو في السنوات الأخيرة من تطوير نماذج قائمة وأكثر تقليدية مثل، ألعاب الكونسول، إلى تصاميم بيانية أكثر تطورا مع إمكانية أن يتشارك فيها لاعبين آخرين من خلال تزويد ألعاب الكونسول آفة الذكر بتكنولوجيات الإنترنت. هذا وقد تزايدت شعبية ألعاب الإنترنت التي تُخزن بصورة أساسية على السحاب ويمكن الوصول إليها من خلال الاتصال بالشبكة عريضة النطاق.

1. مغلفة أو معلبة

56. لا تزال ألعاب الفيديو تباع أساسا كمنتجات تقليدية مغلفة أو معلبة، إما في المتاجر أو عن طريق تجار التجزئة على الإنترنت مثل أمازون. ورغم أن هذا السوق يتحول بوضوح وبوتيرة مطردة من الوسائط المادية إلى التوزيع الرقمي المحض فإن أسطوانات الألعاب لا تزال هي التي تحقق العائد الأكبر. ومن شأن الإطلاق المرتقب لسوني بلاي ستيشن 4 ومايكروسوفت إكس بوكس 1 أن يحفز انتعاش السوق المادي من خلال إثارة الاهتمام بألعاب الكونسول، حتى وإن ركز هذان النظامان على دفع نماذج العمل على الإنترنت بدلا من استخدامها كمحطات ترفيه قائمة بذاتها. علما بأن الحجم الهائل لبعض ألعاب الكونسول الرئيسية يمكن أن يزيد من صعوبة التوزيع الرقمي في الوقت الراهن بسبب متطلبات تخزينها وعرض النطاق الترددي.

2. على الإنترنت

57. على مدى السنوات القليلة الماضية، أصبحت ألعاب الإنترنت أحد أسرع الأقسام نموا في قطاع ألعاب الفيديو، نتيجة زيادة انتشار النطاق العريض وإدخال قدرات عالية على الجيل الحالي من ألعاب الكونسول على الإنترنت وتحويل صورة طراز لعبة MMOG¹⁹ إلى ألعاب اجتماعية وألعاب عادية على الإنترنت. تتاح الآن على نطاق واسع التنزيلات القانونية لجميع أنواع الألعاب من جانب منتجي الألعاب وصانعي ألعاب الكونسول والهاتف وتجار التجزئة. ويمكن في الوقت الحاضر تشغيل

¹⁸ C-128/1، شركة يوزدسوفت جي إم بي اتش ضد شركة أوركال انترناشونال، حكم المحكمة (الدائرة الكبرى) الصادر في 3 يوليو 2012.

¹⁹ لعبة جماعية على الإنترنت يشترك فيها عدد كبير جدا من اللاعبين.

العديد من الألعاب المشتراة في شكل اسطوانة أو خرطوشة ضد الآخرين باستخدام الحاسب الشخصي أو شاشات الألعاب المتصلة بالإنترنت، وتتميز صناعة الألعاب الآن بعدد كبير جدا من اللاعبين الذين يمكنهم التشارك في الوقت نفسه مع بعضهم البعض واللعب على الإنترنت. وتعد لعبة مايكرو ترانزاكشن²⁰ micro-transactions بالاشتراك مع لعبة إم إم أو جي MMOG من الأسباب الرئيسية لنمو عائدات الألعاب على الإنترنت.

3. الهاتف المحمول أو التطبيقات

58. في ظل تزايد أعداد المستهلكين الذين يستخدمون الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية للترفيه يُتوقع أن تكون أجهزة الهواتف المحمولة هي أسرع قطاعات الألعاب نمواً في السنوات الخمس القادمة. ويوجد حالياً ما يقدر بأكثر من مليار هاتف ذكي وما يزيد على 200 مليون حاسب لوحي قيد الاستخدام في جميع أنحاء العالم²¹. وسرعان ما أصبحت الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية المزودة بواجهات بديهية تعمل باللمس، الأجهزة محل اختيار لاعبي الألعاب العادية. وقد اكتشف الملايين في جميع أنحاء العالم الألعاب من خلال هواتفهم الذكية، مما يتيح مطوري الألعاب إمكانية ابتكار تجارب جديدة.

59. يتحول نموذج العمل للألعاب على الهاتف المحمول من الدفع للتنزيل إلى نموذج فرميموم²²، حيث يتم تنزيل الألعاب مجاناً، مع دفع مبالغ صغيرة ووضع إعلانات توفر العائدات المطلوبة.

ثالثاً. ملاحظات ختامية

60. تزايد، بصورة مستمرة في السنوات الأخيرة، العرض الرقمي للمحتوى المحمي بموجب حق المؤلف من خلال نماذج عمل مختلفة (انظر الأمثلة آفة الذكر في المجالات المختلفة). ومن المهم تحديد ذلك لاسيما بالنسبة لبعض القطاعات (مثل قطاع الأفلام والتليفزيون التجاري والكتب والأحداث الرياضية). وترتبط إتاحة العروض القانونية ارتباطاً شديداً بالإقليم الجغرافي بسبب الاختلافات التي يتعذر تجنبها من حيث اللغة والثقافة الإقليمية والمحلية والذوق. وقد ساهم أيضاً الطلب المتزايد على المحتوى المحمي بحق المؤلف المأذون به في ازدهار عدة خدمات على الإنترنت مما شجع الأنواع المختلفة من نماذج العمل على نشر المحتوى (مثل التنزيل مقابل البث التدفقي) والدفع (مثل، الاشتراكات والتبرعات والقروض وما إلى ذلك). وعموماً، ثمة تصور بأنه حتى في حالة إتاحة العروض القانونية، تظل الحاجة قائمة إلى إدكاء الوعي بوجود هذه العروض. ويمكن تعليل ذلك بأن القنوات غير القانونية كان لديها وقت أكبر لتنتشر بين مستخدمي الخدمة الرقمية، وقد أصبحت في الواقع أكثر شعبية. لذا فإن التحول المحتمل من الاستهلاك غير القانوني إلى الاستهلاك القانوني للمحتوى المحمي بحق المؤلف قد يحتاج إلى دعم بمزيد من المعلومات وتحسين التواصل بشأن وجود الاستهلاك القانوني. وفيما يتعلق بتحليل الوضع الحالي، يبدو أن هذه العروض قد أصبحت متاحة بصورة متزايدة لجميع أنواع المحتوى.

نتائج الدراسة

- ثمة ارتباط وثيق بين التوسع في استخدام تكنولوجيات الهاتف المحمول، وبخاصة من خلال الحواسيب اللوحية والهواتف الذكية والهواتف المحمولة، واستهلاك المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف.
- استُكمل نمو السوق المشار إليه آنفاً بزيادة عرض تطبيقات مخصصة أو ما يعرف اختصاراً بكلمة **applets** التي تيسر التنزيل أو البث التدفقي لجميع أنواع المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف.

²⁰ لعبة مايكرو ترانزاكشن micro-transaction أو المدفوعات الصغيرة عبارة عن لعبة يدفع فيها المستخدم مبالغ صغيرة (عادة أقل من 8 يورو أو أقل من 10 دولارات) للوصول إلى بعض أجزاء موقع شبكي، أو، في حالة اللعب، مواصلة اللعب على الإنترنت.

²¹ الاتحاد الأوروبي للبرمجيات التفاعلية (ISFE).

²² نموذج قائم على النفاذ الحر إلى وظائف محدودة.

- يؤدي تطور تكنولوجيات أسرع للواي فاي WI-FI والاتصال بالنطاق العريض للهاتف المحمول إلى تمكين المستخدم من استهلاك المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف بصورة تشاركية وتفاعلية بصورة أكبر (أي نقل المحتوى من جهاز إلى جهاز آخر دون الحاجة إلى حاسوب مكتبي مزود بوصلة ثابتة للإنترنت).
- أصبحت أيضا شعبية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت تؤدي دورا فعالا في تعزيز ومشاركة وتخفيف استخدام العروض المأذون بها للمحتوى المحمي بموجب حق المؤلف، لاسيما بين الأجيال الشابة من مستخدمي التكنولوجيا على الإنترنت.
- تُعد الحوسبة السحابية التي تتيح الوصول إلى مكتبات/مجموعات خاصة عنصرا أساسيا لنماذج العمل الجديدة التي تطورها صناعة النشر. وقد يرتبط هذا بحقيقة تزايد شعبية الهواتف المحمولة والحواسب اللوحية (ذات القدرة التخزينية المحدودة) بين المستهلكين.
- الاتجاه نحو استهلاك المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف المأذون به مماثل للاتجاه الملاحظ للمحتوي المنتهك حيث يجل البث التدفقي بصورة متزايدة محل التنزيل للملفات السمعية البصرية وملفات الموسيقى.

[نهاية الوثيقة]