

Авторское право и легальный контент в Сети: взгляд со стороны пользователя

Светлана Петухова

RIW - 2011

18 октября 2011



ФОМ

Каждый месяц в сети **52 млн. человек**



Контекст

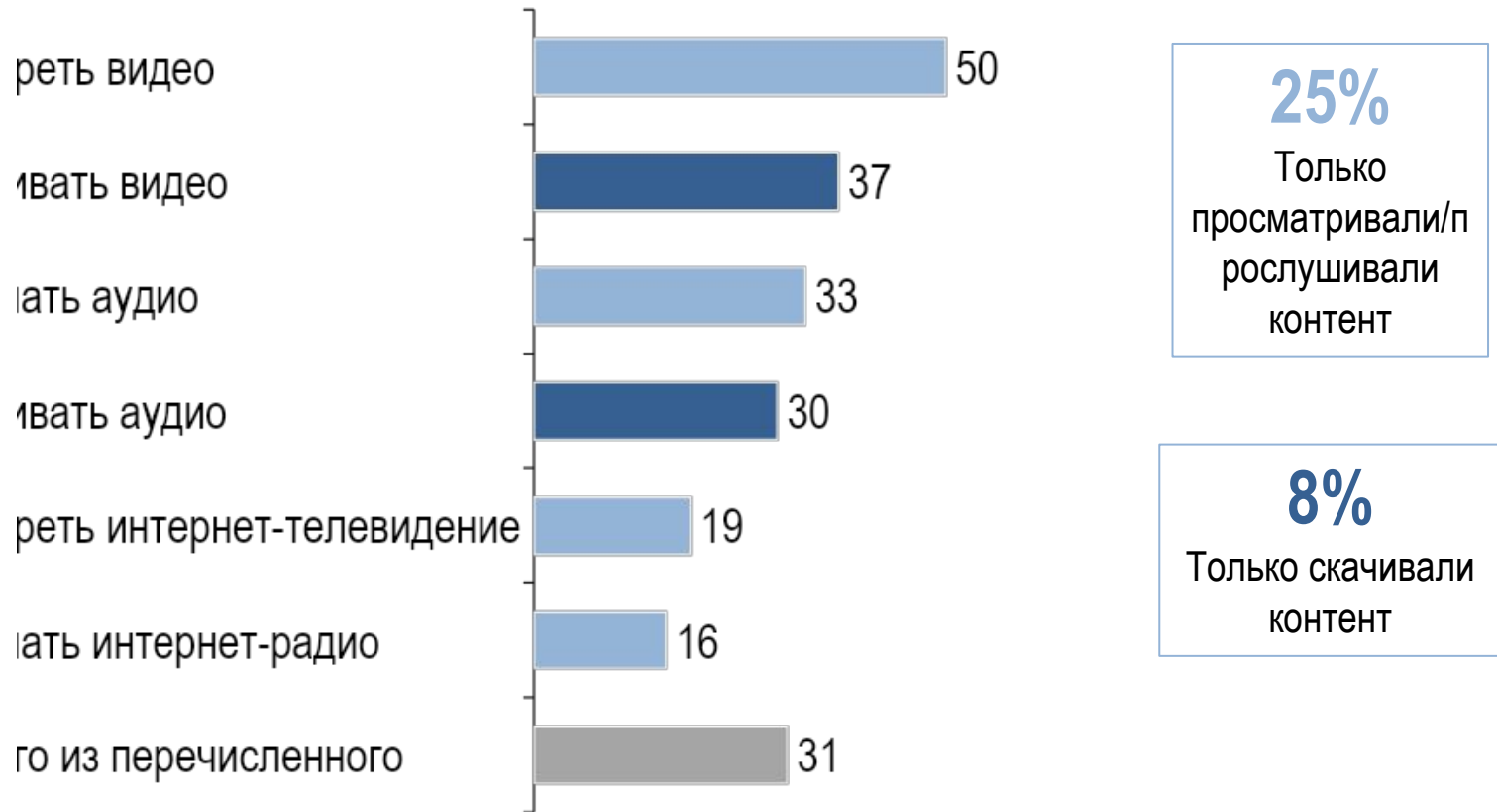
- Интернет породил новую культуру «распространения информации»
- Затруднен поиск первоисточника/разнообразие каналов передачи инфо
- Фокус на потребителя



- Атрибуты современной интернет-коммуникации:
 - а) copy past – the must!
 - б) вирусные каналы распространения информации
 - в) сайты «народных» раздач (Torrents, файлообменники)

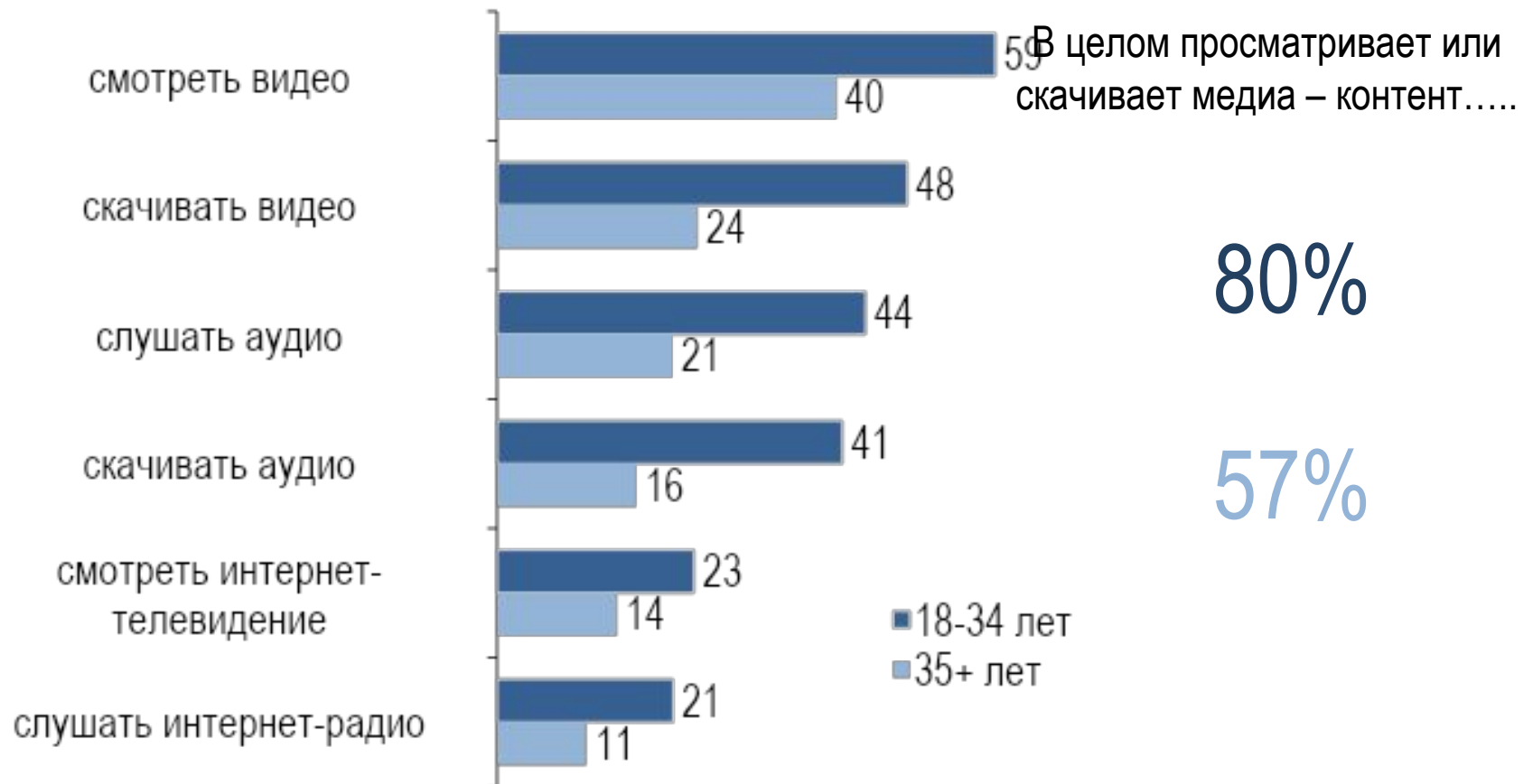
37 млн. россиян потребляют медиа КОНТЕНТ В СЕТИ

в % от месячной интернет-аудитории



Молодежь активнее в потреблении медиа контента

в % от месячной интернет-аудитории



Информированность об авторских правах в интернете

в % от месячной интернет-аудитории

Скажите, пожалуйста, Вам приходилось или не приходилось сталкиваться в интернете с предупреждением, что пользование, просмотр или скачивание аудио или видео запрещено правообладателем?



Чаще других защищенный контент встречаются....

в % от групп среди месячной интернет-аудитории



18-35 лет

36-54 года

55 лет и старше

46%

37%

Приходилось
сталкиваться

45%

38%

29%

46%

55%

Не приходилось
сталкиваться

48%

54%

57%

7%

8%

Затруднились
ответить

7%

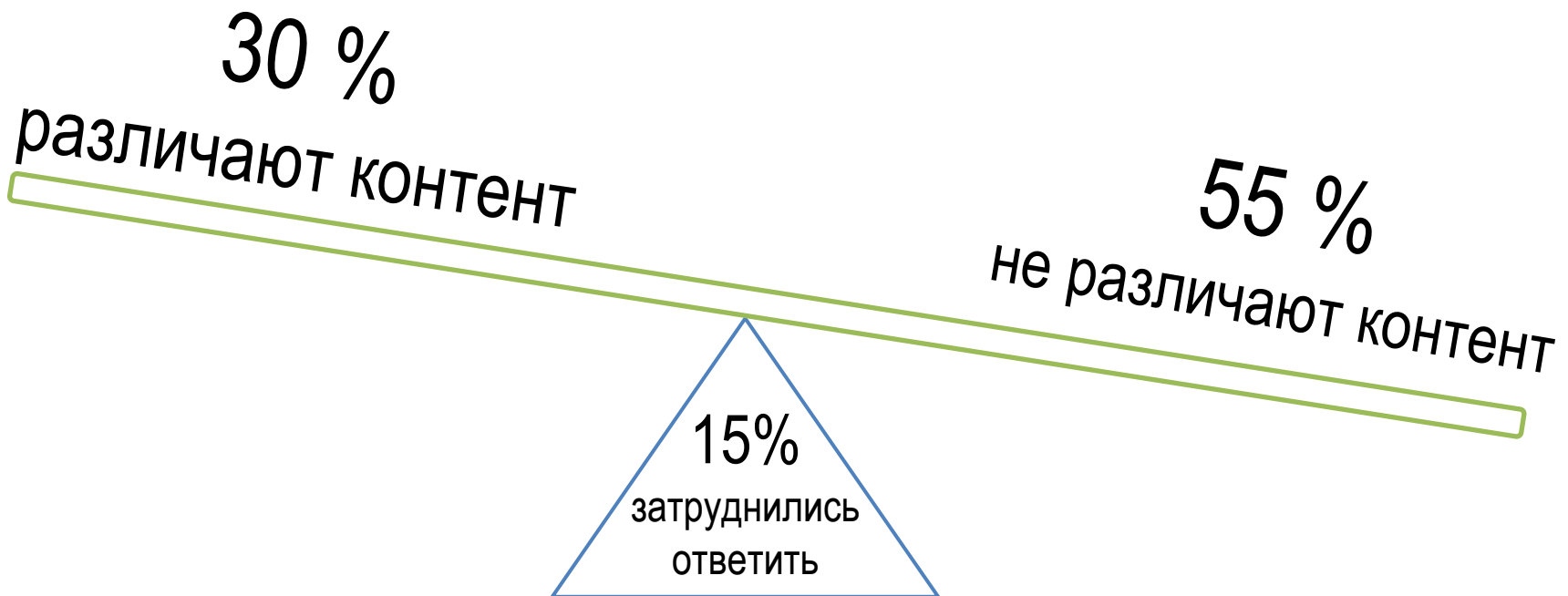
8%

14%

Каждый второй пользователь сети не различает легальное и нелегальное в сети

в % от месячной интернет-аудитории

К легальному контенту относятся музыка, фильмы и видеопродукция, тексты, программное обеспечение и другие материалы, размещённые в интернете с учетом соблюдения авторских прав. К нелегальному контенту относятся материалы, размещённые в интернете с нарушением прав авторов.



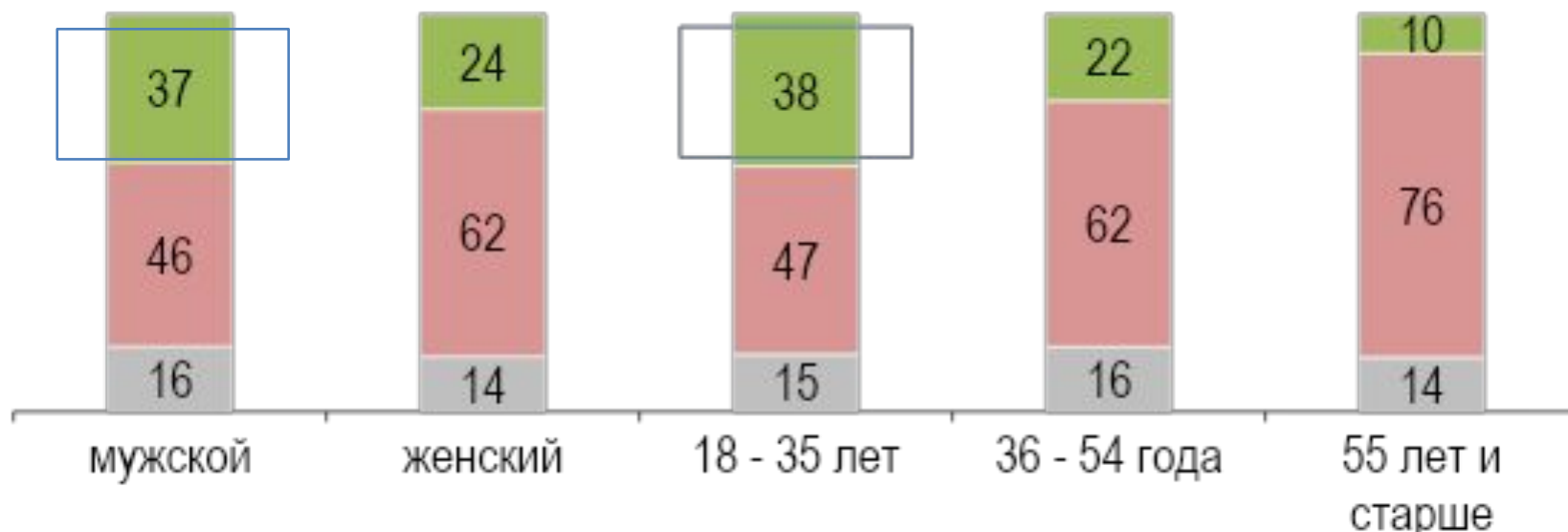
Кто различает легальное и нелегальное?

в % от групп среди месячной интернет-аудитории

■ затрудняются ответить

■ не могут отличить

■ могут отличить



Три «кита» легального контента

в % от отличающих контент

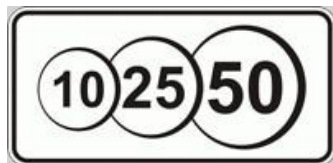


▪
▪



Качество

27%



Платность

24%



Необходимость
регистрации

9%

< 5% : предупреждения о защите авторских прав; содержание, информация; значки, обозначения, надписи; нет или мало рекламы, спама; лицензионное соглашение; отсутствие вирусов;

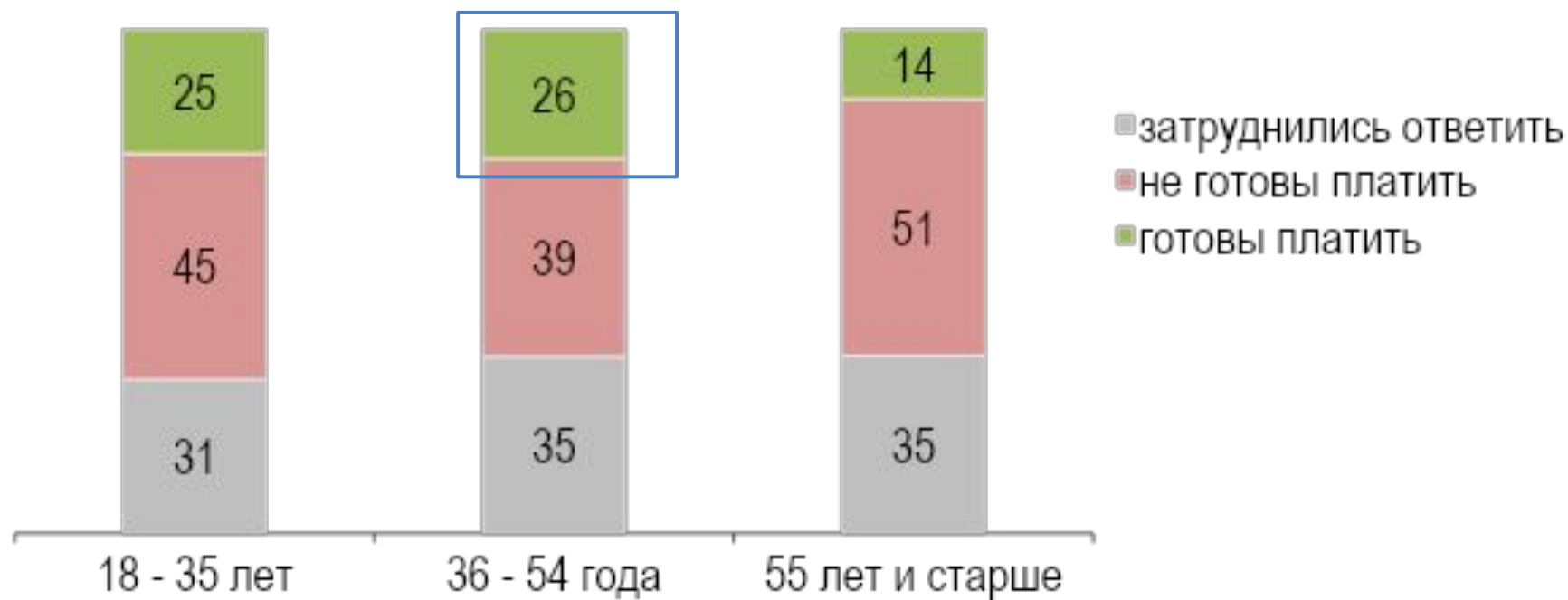
Готовность платить за легальный контент

в % от групп

	Месячная аудитория	Отличают легальный и нелегальный контент
 ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ	24%	36%
 НЕ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ	43%	47%
 ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	33%	17%

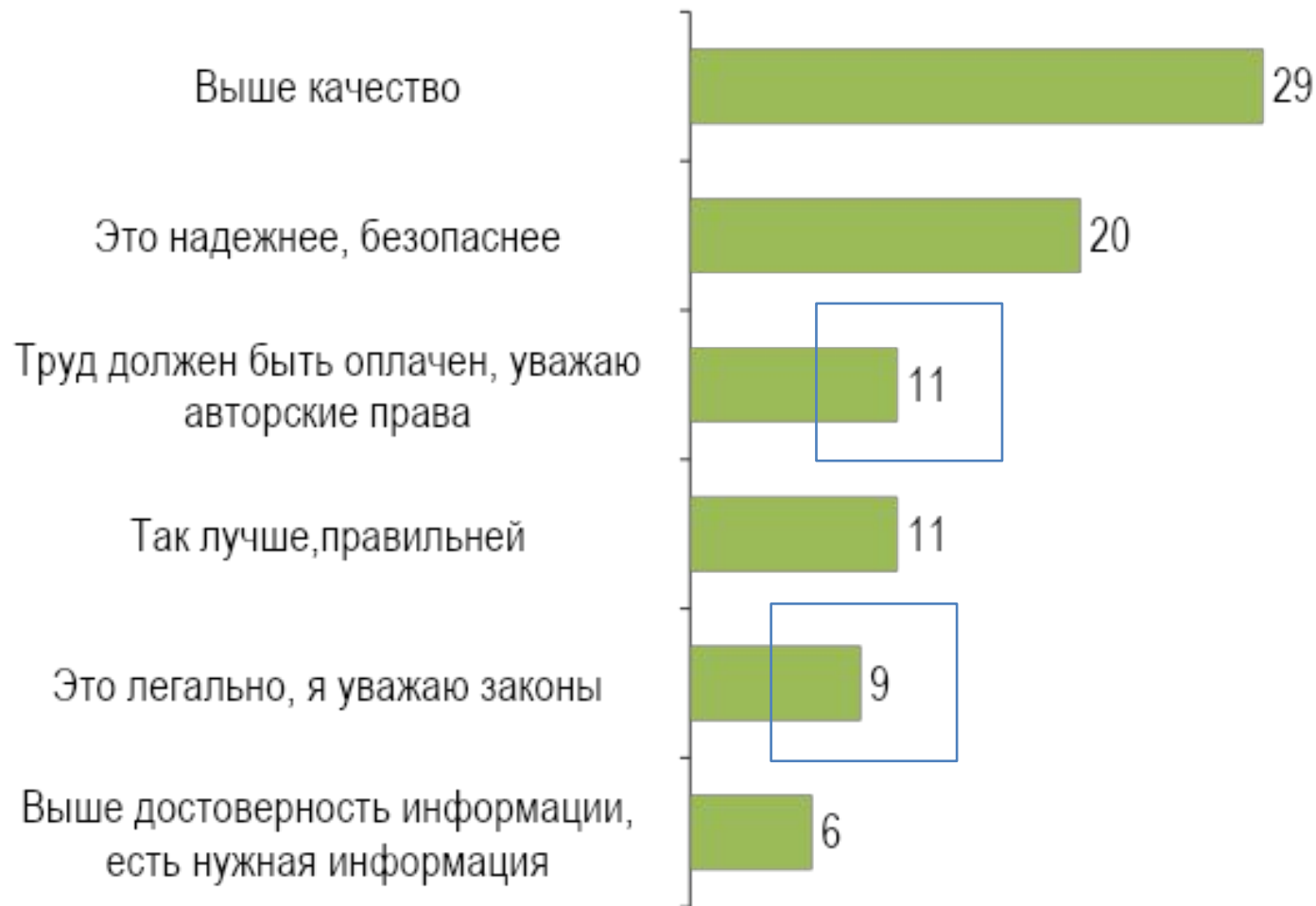
Четверть взрослого населения ГОТОВЫ платить за легальный КОНТЕНТ

в % от групп среди месячной интернет-аудитории



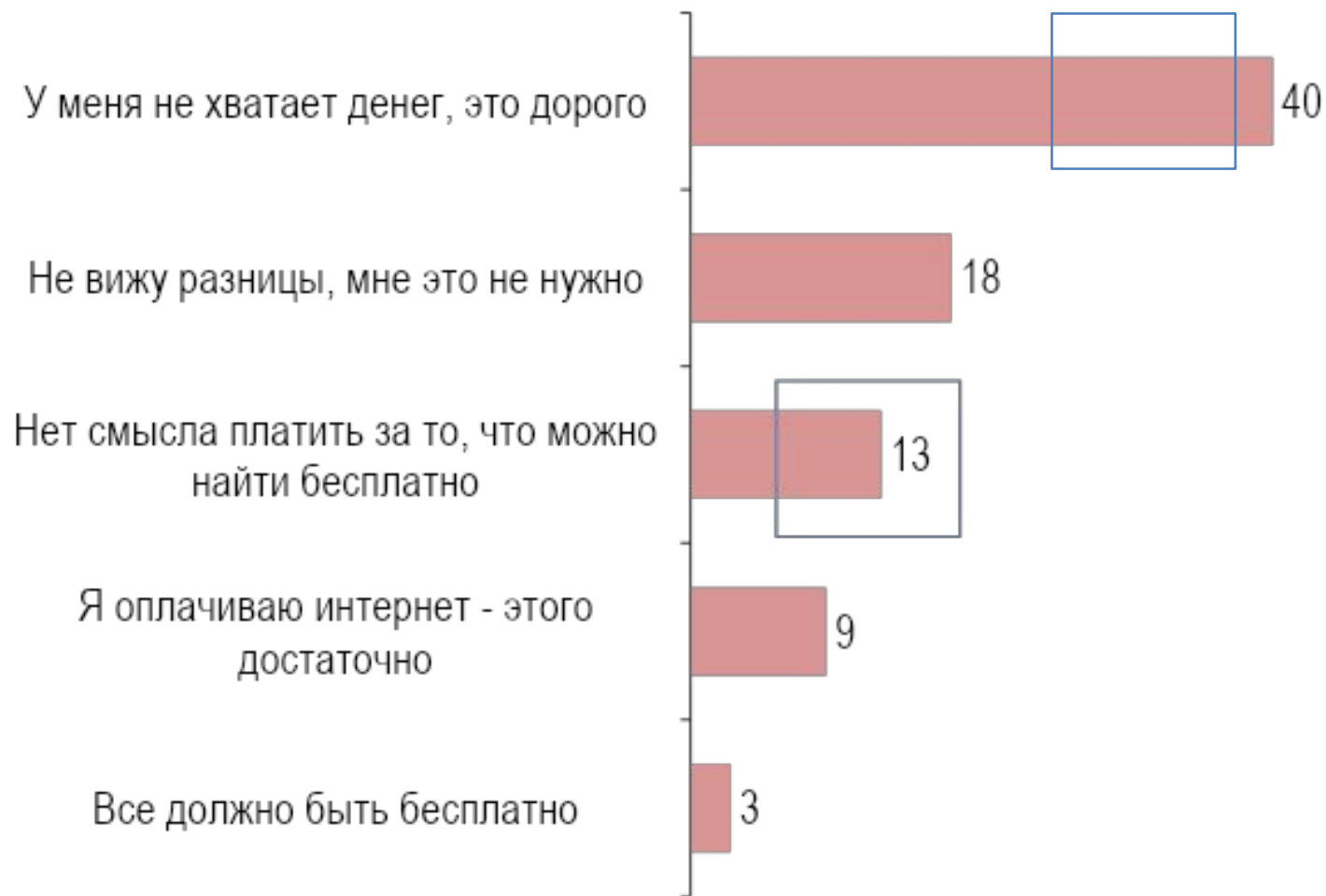
Готовы платить за легальный контент, потому что.....

в % от тех, кто готов платить за легальный контент



Не готовы платить за легальный контент, потому что.....

в % от тех, кто не готов платить за легальный контент



Что в итоге?

69% - потребляли медиа-контент за последний месяц

41% - встречали информацию о защите контента правообладателем

30% - могут отличить легальный контент от нелегального

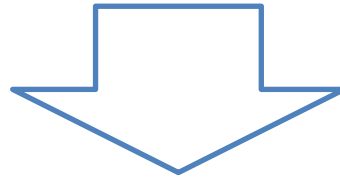


1. Большая часть пользователей не имеет навыков различения легального и нелегального контента в интернете.
2. Ключевыми идентификаторами легальности для пользователей является качество и платность контента, а не лейблы и копирайты.

Повышение культуры потребления



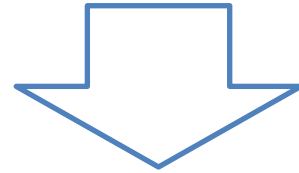
Существующие практики потребления медиа контента в интернете практически лишены культуры соотнесения с авторскими правами.



Необходима широкая информационная компания, доступно объясняющая разницу и определяющая важные критерии для различения между легальным и нелегальным.

Монетизация контента

24% - готовы за легальный контент заплатить



Уже сейчас около 13 млн человек заявляют принципиальную готовность платить за легальный контент в Сети.

Этой аудитории достаточно, чтобы выстраивать и отрабатывать новые бизнес-схемы для распространения легального контента.

Спасибо за внимание!

Светлана Петухова, Фонд «Общественное мнение»

e-mail: petuhova@fom.ru