

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

---

Светлана Петухова

RIW - 2011

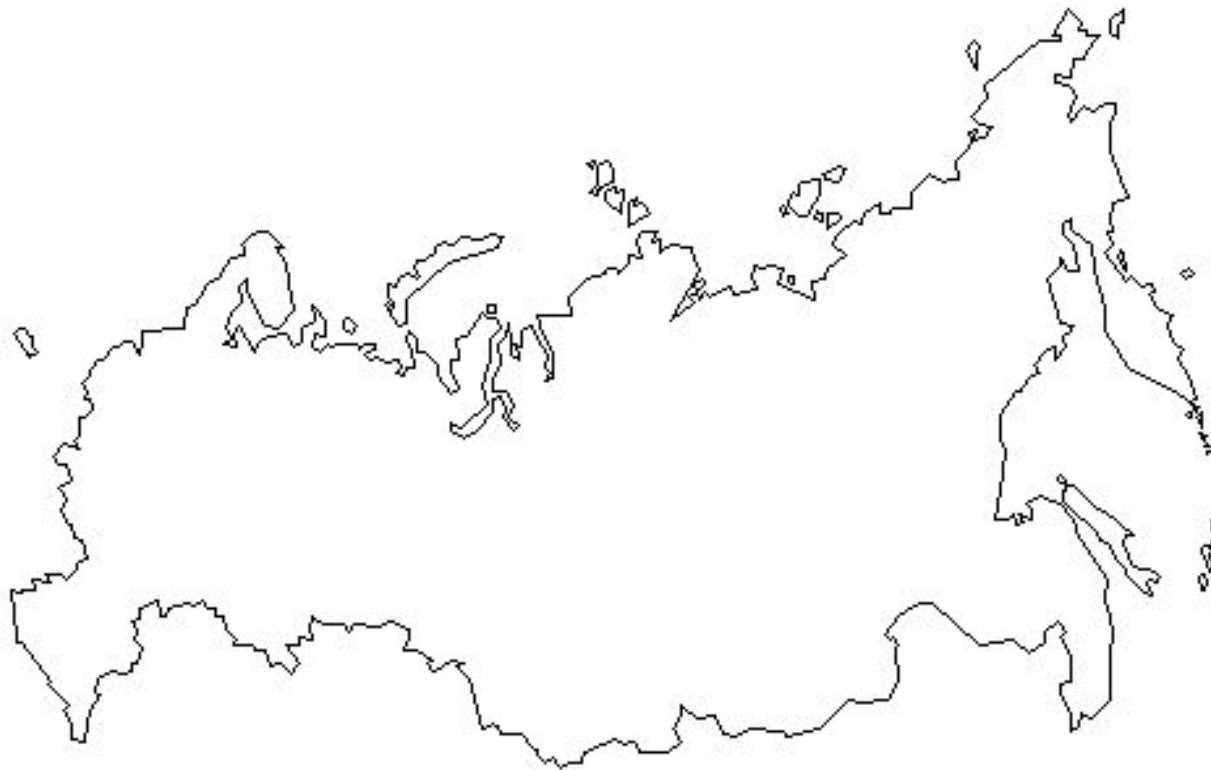
18 октября 2011



ФОМ

---

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



# Контекст

---

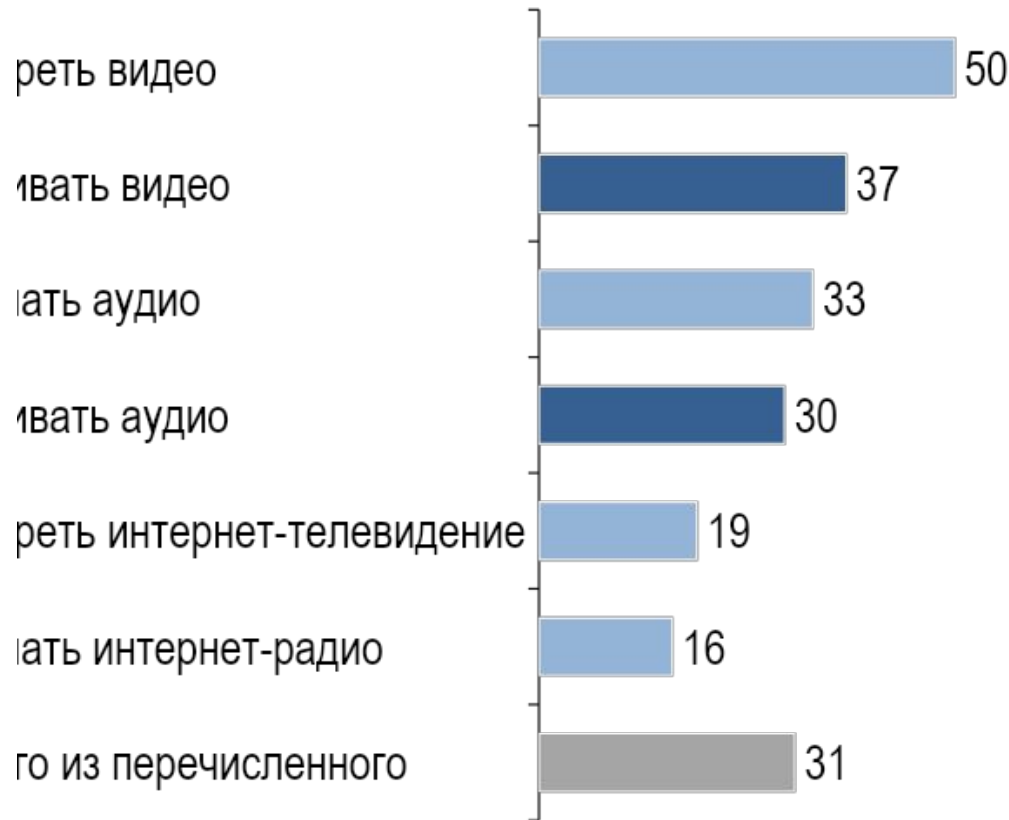
- Интернет породил новую культуру «распространения информации»
- Затруднен поиск первоисточника/разнообразие каналов передачи инфо
- Фокус на потребителя



- 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



**25%**

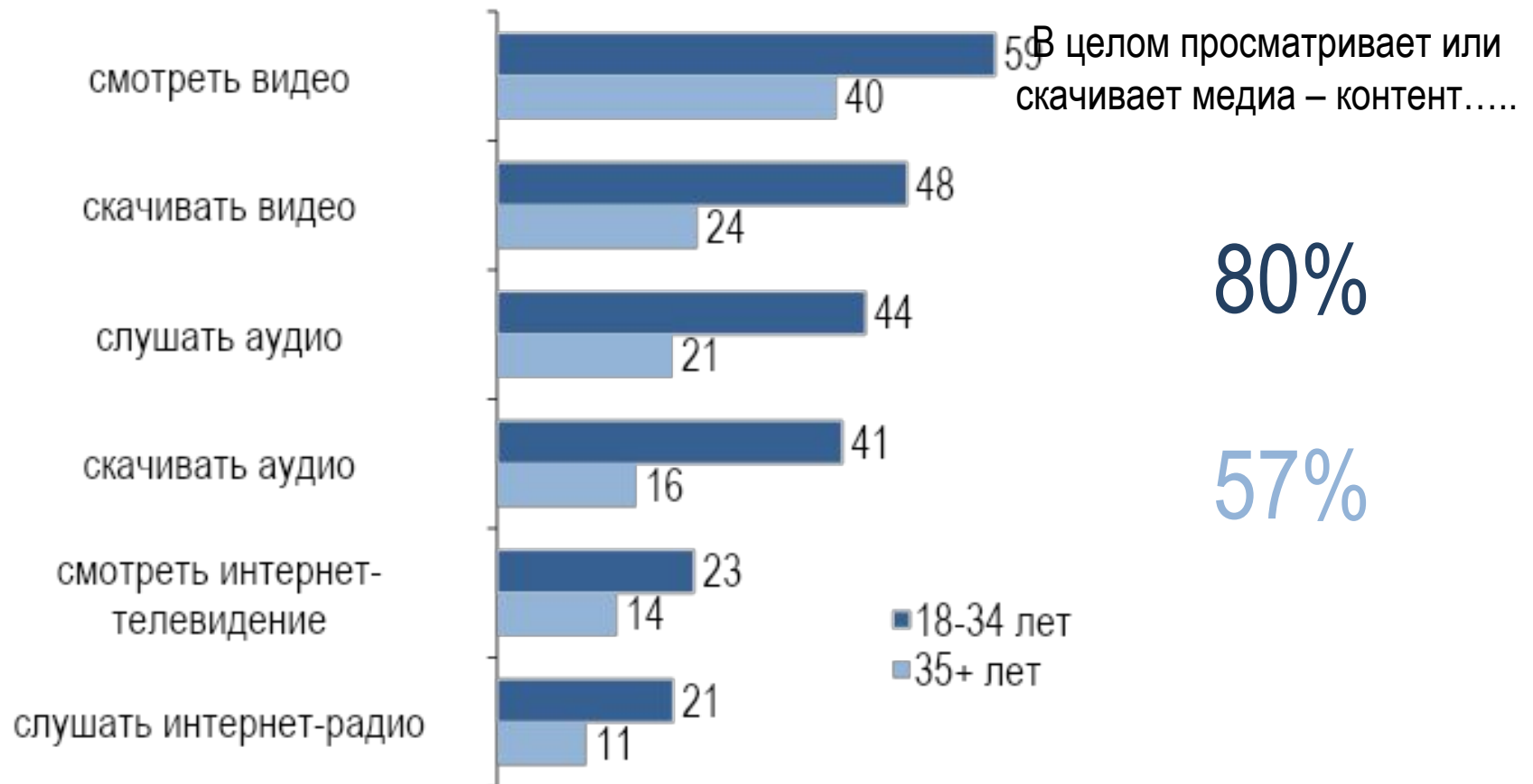
Только просматривали/прослушивали контент

**8%**

Только скачивали контент

# Молодежь активнее в потреблении медиа контента

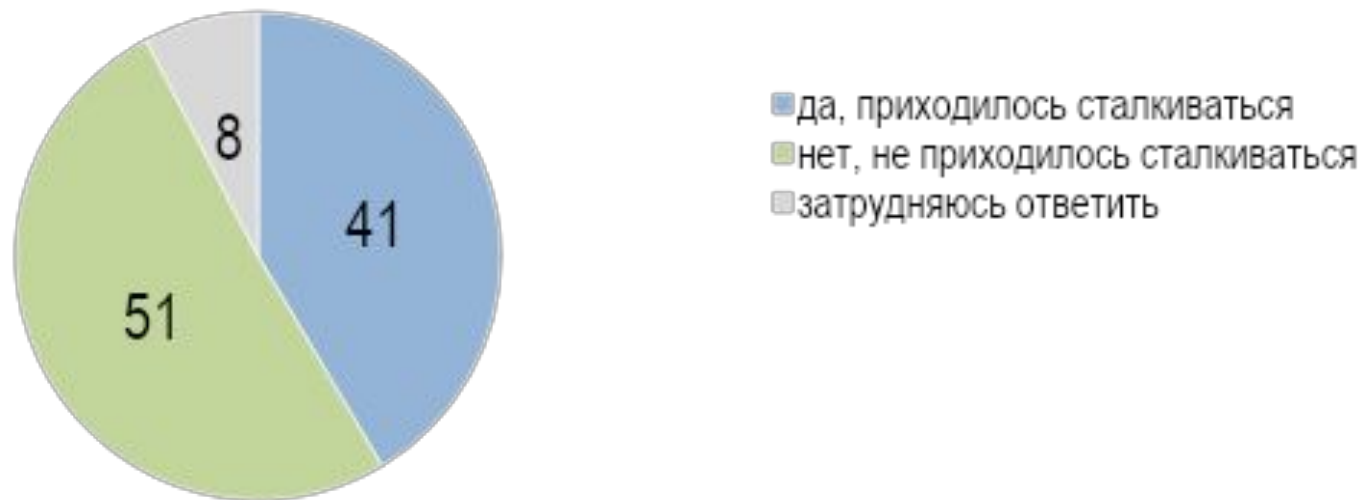
в % от месячной интернет-аудитории



# 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%

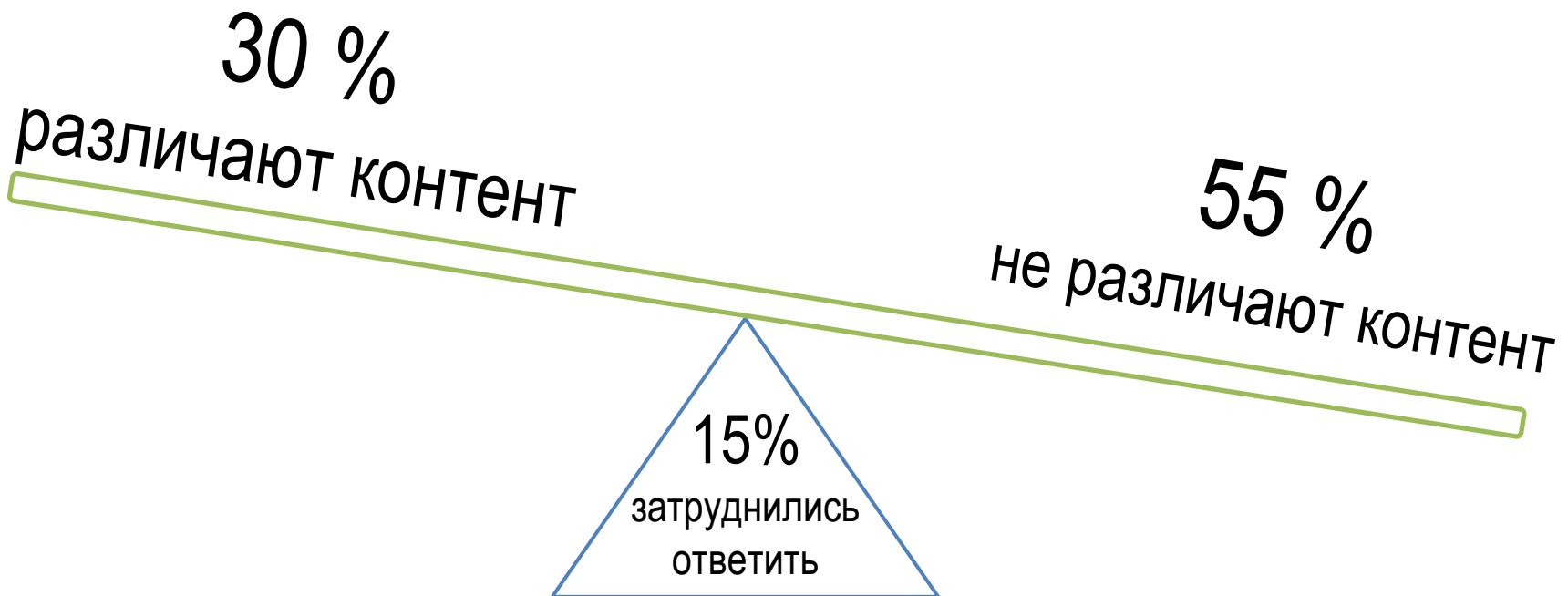
8%

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.





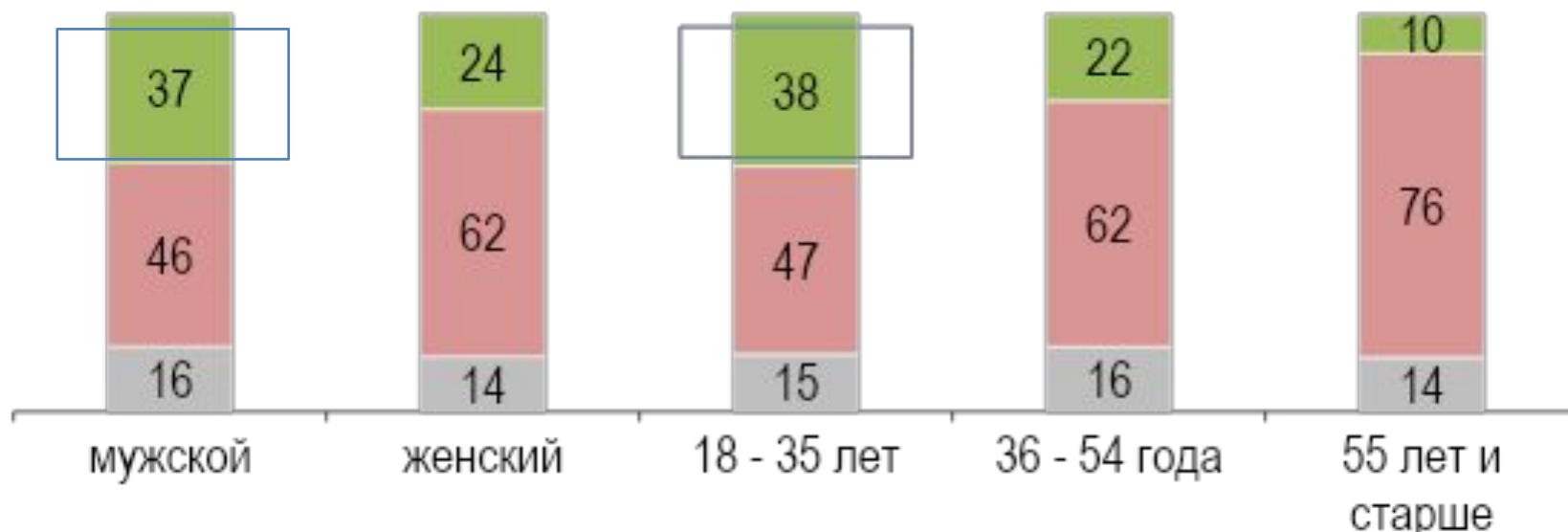
# Кто различает легальное и нелегальное?

в % от групп среди месячной интернет-аудитории

■ затрудняются ответить

■ не могут отличить

■ могут отличить



# Три «кита» легального контента

в % от отличающих контент

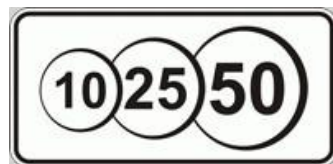


▪  
▪



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;

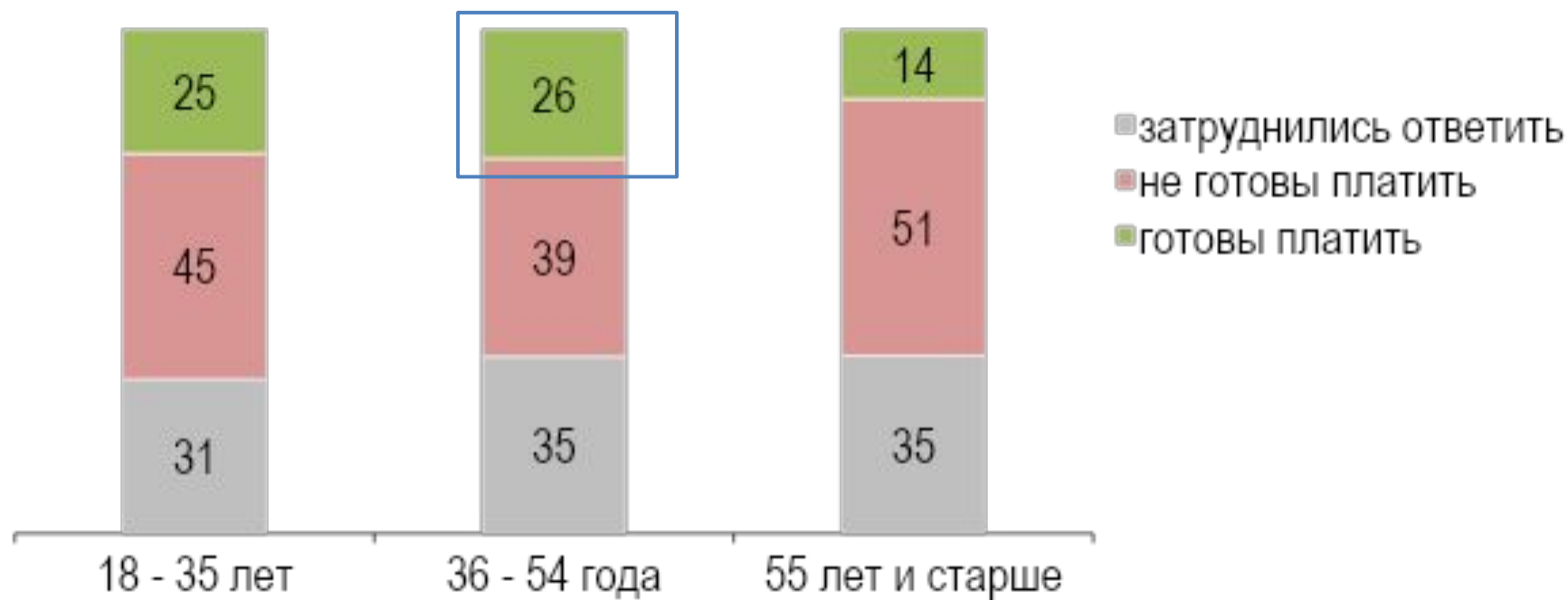
# Готовность платить за легальный контент

в % от групп

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

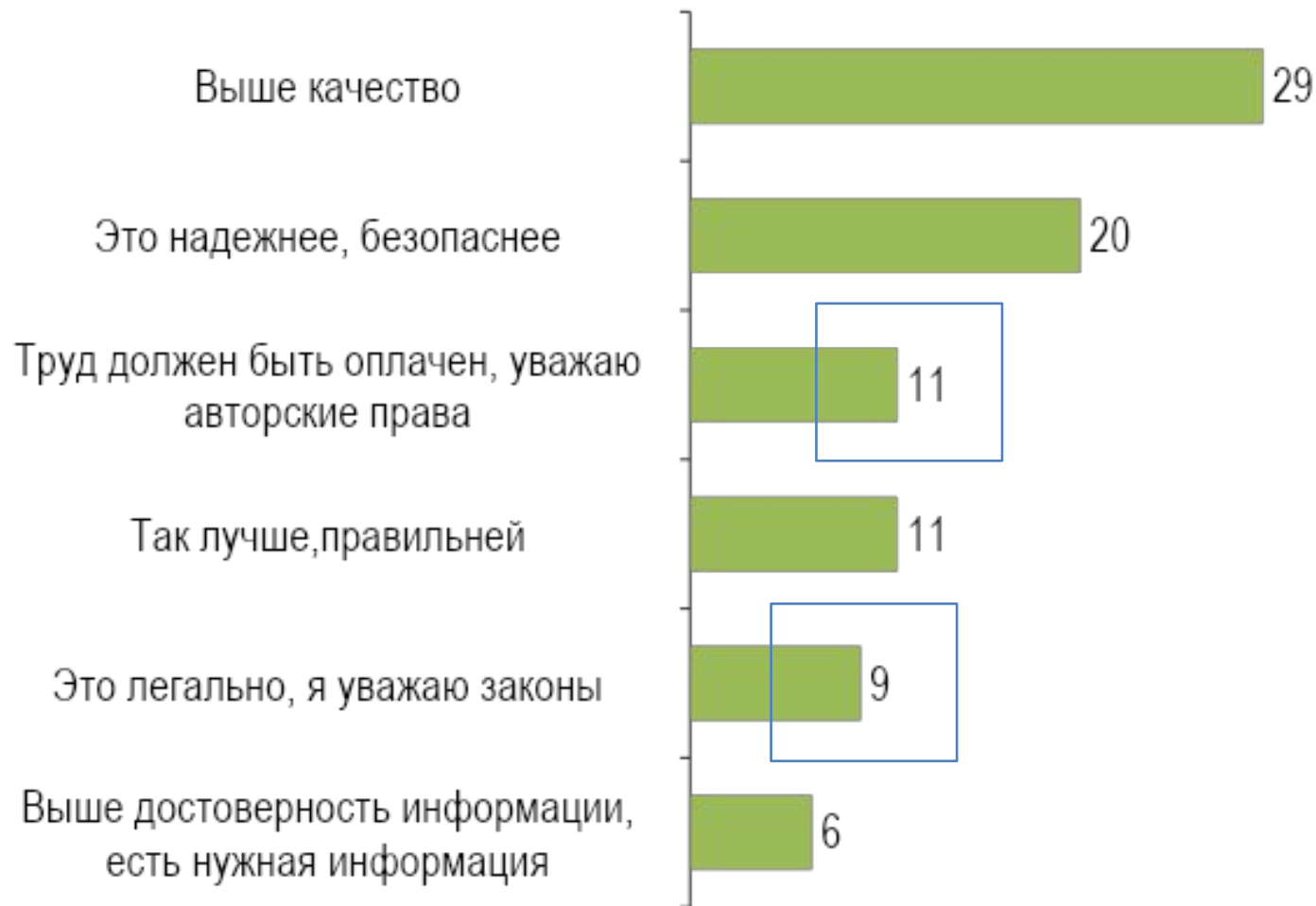
# Четверть взрослого населения ГОТОВЫ платить за легальный КОНТЕНТ

в % от групп среди месячной интернет-аудитории



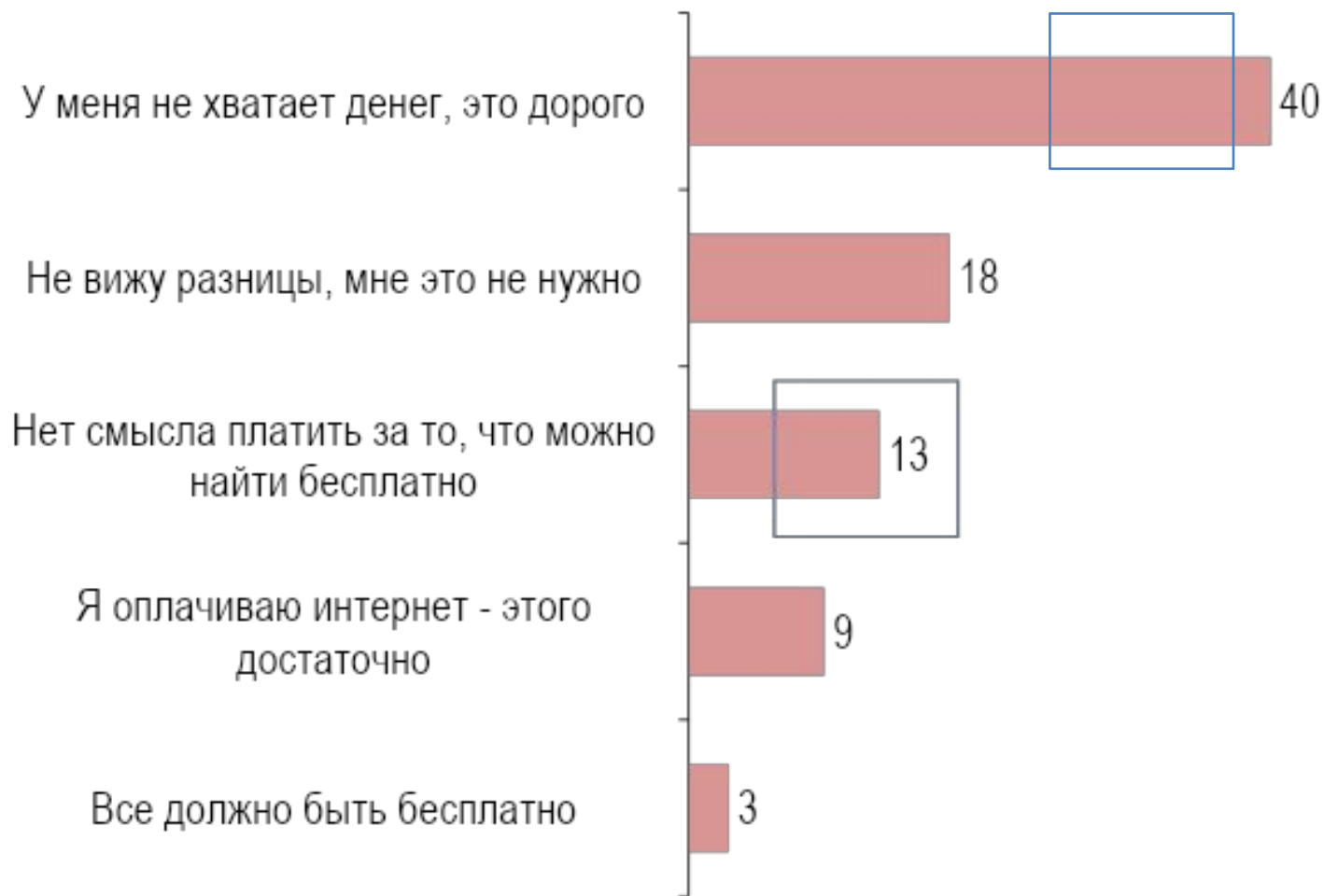
# Готовы платить за легальный контент, потому что.....

*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



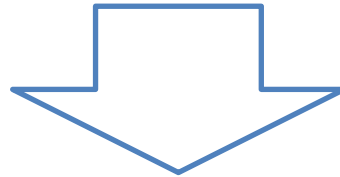
1. Большая часть пользователей не имеет навыков различения легального и нелегального контента в интернете.
2. Ключевыми идентификаторами легальности для пользователей является качество и платность контента, а не лейблы и копирайты.

# Повышение культуры потребления

---



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



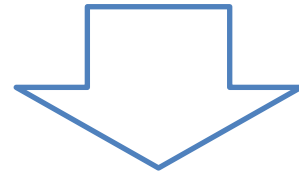
Необходима широкая информационная компания, доступно объясняющая разницу и определяющая важные критерии для различения между легальным и нелегальным.



# 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](mailto:petuhova@fom.ru)