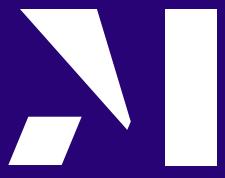


МВА-387

Жидкова Елена - руководитель проекта, Соболева Ирина, Агуреева Виктория, Пьянова Любовь

71% создателей цифрового контента хотят защитить свое авторство

Проектная команда программы МВА Школы бизнеса МИРБИС провела опрос и выяснила ключевые тенденции в области защиты цифрового контента. Результаты показывают, что подавляющее большинство (более 70%) цифровых контент-мейкеров стремятся защитить свое авторство. Авторы активно осваивают различные способы охраны своего контента, но сталкиваются и с серьезными препятствиями на этом пути.



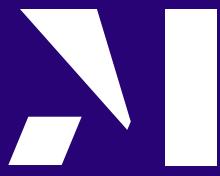
Кто участвовал в опросе

В исследовании приняли участие более 130 профессионалов, так или иначе связанных с созданием и распространением цифрового контента. Почти половина (43%) опрошенных представляют креативные индустрии или сферу производства/дистрибуции медиаконтента

Четверть респондентов (24%) относятся к бизнес-сектору, а около 15% работают в ИТ-индустрии. Остальные распределились между другими нишами – от музыкальных сервисов до государственных организаций – что отражает широту аудитории, озабоченной вопросами авторского права в цифре

↗ Распределение респондентов по сфере деятельности

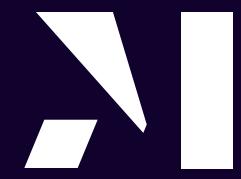
Сфера деятельности	% респондентов
Бизнес	24%
Креативная индустрия	16%
ИТ-индустрия	15%
Другое (прочие сферы)	11%
Музыкальный сервис	8%
Телеканал / радиоканал / медиахолдинг	7%
Госкорпорация	6%
Музыка для бизнеса	5%
Сервис аудиоподкастов	5%
Сервис аудиокниг	3%
Онлайн-кинотеатр	1%



Цифровое присутствие аудитории

Подавляющее большинство создателей контента представлены в интернете. Согласно данным опроса, 58% респондентов ведут личные страницы или блоги, а 64% - участники корпоративных аккаунтов своих организаций. Причем немалая доля (30%) совмещает оба типа присутствия сразу – и личное, и корпоративное. Лишь у 8% опрошенных нет ни личного, ни корпоративного аккаунта в соцсетях или на собственном сайте. Интересно, что чаще всего личные страницы есть у представителей ИТ, корпоративные аккаунты у креативной сферы, а бизнес имеет и личные и корпоративные аккаунты.

Примечательно, что каждый десятый аккаунт (и личный, и корпоративный) обладает аудиторией свыше 10 тысяч подписчиков, при этом у 20% корпоративных аккаунтов - от 1 до 10 тысяч подписчиков (против 4% личных страниц). Совсем крупные сообщества – редкость: только у 4% корпоративных аккаунтов число фолловеров превышает 50 тысяч человек.

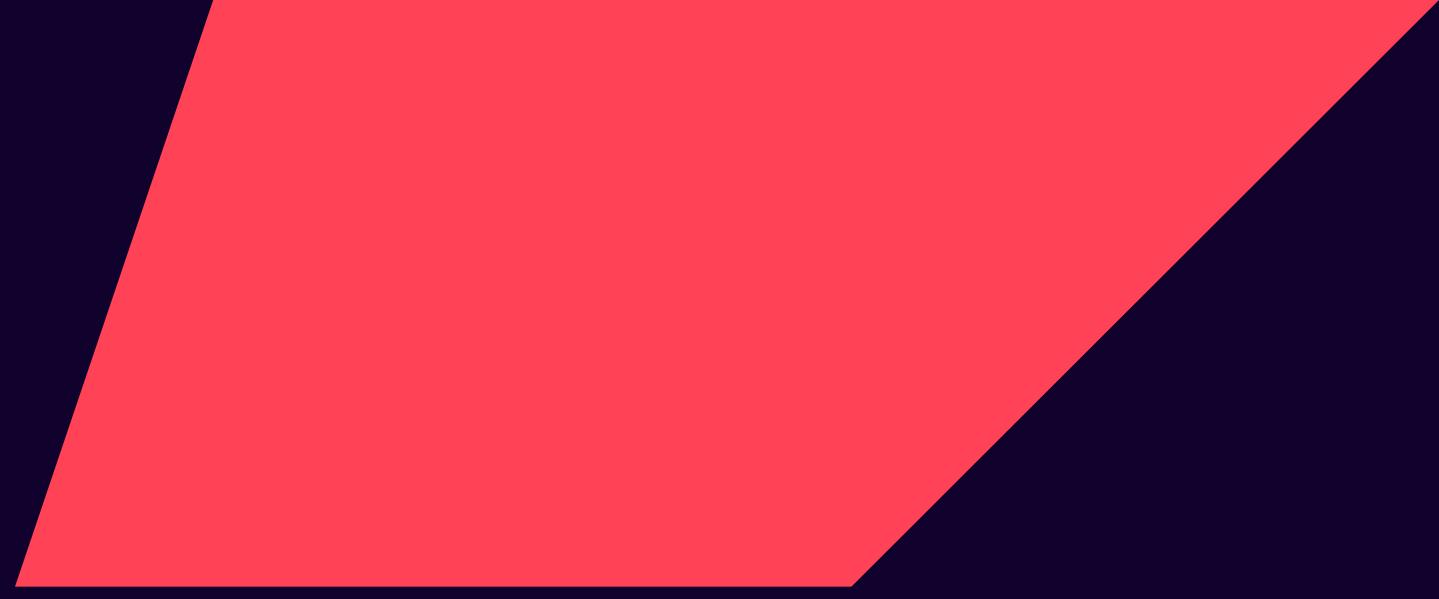
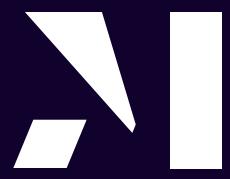


Стремление защитить цифровое авторство

Опрос ясно показал, что создатели контента серьезно настроены защищать результаты своего труда. Лишь незначительная доля респондентов (4%) остается безучастной к теме защиты авторских прав. Каждый четвертый (24%) уже использует те или иные меры для защиты цифрового контента, еще 11% планируют подключить такие меры в ближайшем будущем. Лишь 11% признались, что пока не сталкивались с вопросом защиты контента.

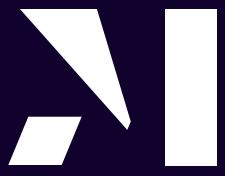


- «Результаты говорят сами за себя: большая часть авторов всерьез задумывается о сохранности авторства своего контента», – отмечает один из авторов исследования. По его словам, сознание цифровых создателей «вышло из эпохи свободного интернета в эпоху ответственности за свой продукт». Иными словами, для креаторов защита прав стала насущной необходимостью, а не абстрактной идеей.



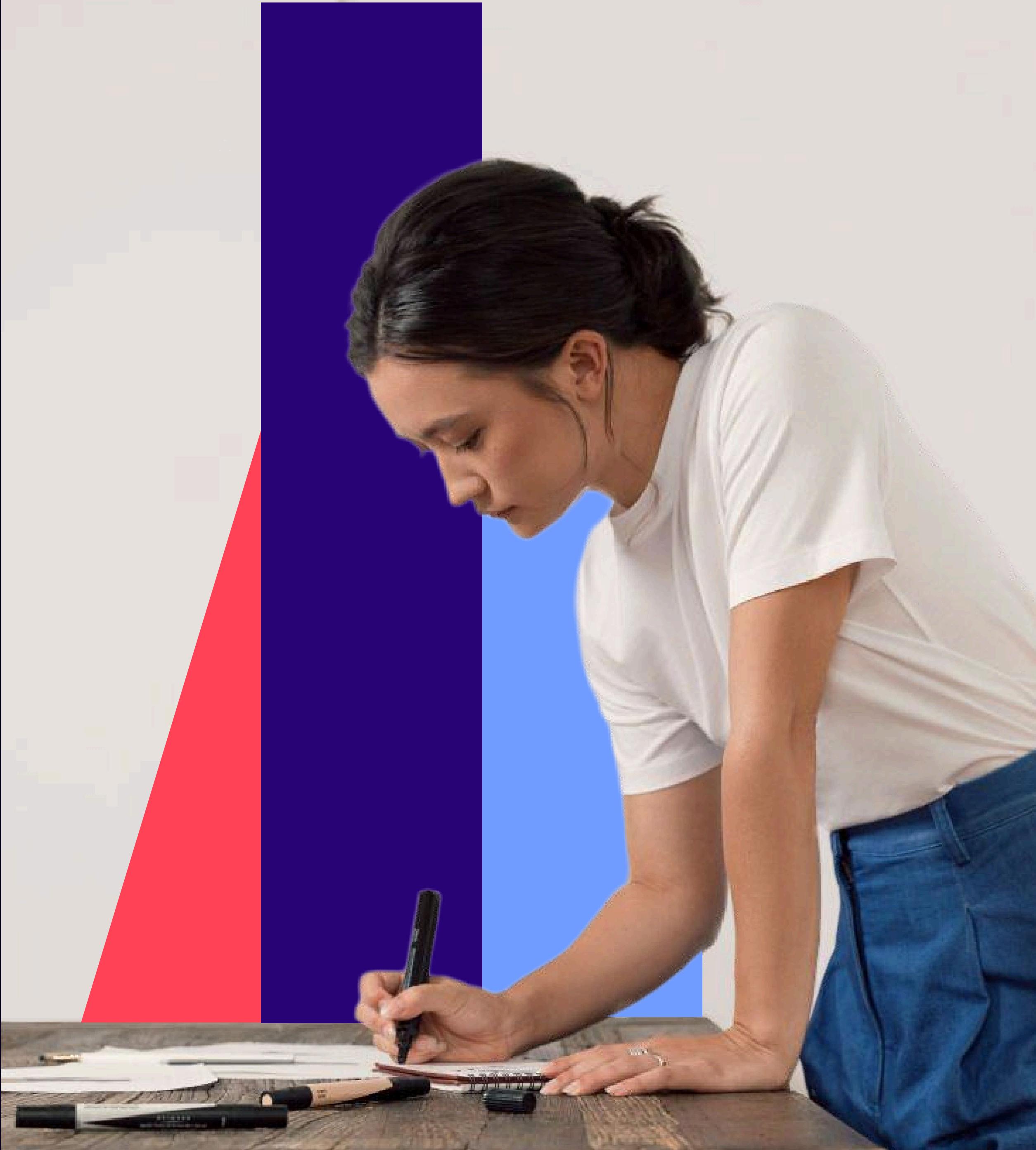
Наиболее распространенные методы защиты цифрового контента (множественный выбор)

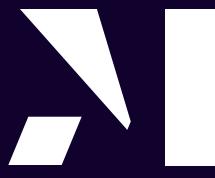
Метод защиты	% респондентов, использующих его
Размещение копирайта (указание авторства)	33%
Ограничение доступа через авторизацию	29%
Система мониторинга контента	27%
«Закрытые ссылки» (скрытые URL)	17%
Программы, препятствующие скачиванию	14%
Метаданные (водяные знаки, тегирование)	14%



Многие авторы пробуют комбинировать несколько способов сразу: 45% респондентов действуют два и более способов параллельно и только 36% - ограничиваются одним методом защиты. При этом, более половины респондентов (59%) оценили текущую технологию защиты цифрового контента на 3 и ниже по 5-ти бальной системе.

«Контент-мейкеры экспериментируют с инструментами, часто используя сразу несколько уровней защиты для надежности», – поясняет другой участник исследовательской команды. По его словам, создатели контента все меньше рассчитывают на один-единственный барьер и стремятся выстроить систему защиты своих цифровых прав



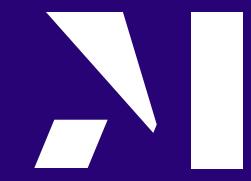


Проблемы и барьеры

Однако обеспечить сохранность авторского контента на практике оказывается непросто. Опрос выявил три главных проблемы, с которыми сталкиваются создатели в попытках защитить свои произведения:

-  1 Трудно выявить источник пиратства или утечки контента и предотвратить его распространение (21%);
-  2 Высокая стоимость внедрения и использования средств защиты цифрового контента (18%)
-  3 Непонятно, какой способ защиты выбрать (трудности с определением оптимального метода) (15%)

- Даже мотивированные авторы часто оказываются в затруднении перед лицом пиратства. «Получается парадокс: авторы хотят защититься, но часто не знают, как это сделать оптимально и при этом не разориться», – резюмирует один из экспертов исследования. По его словам, рынок технологий еще не предлагает простых и недорогих решений, понятных широкой цифровой аудитории.



Очевидно одно

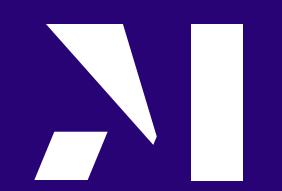
Стремление сохранить свое цифровое авторство будет только расти. Это значит, что запрос на доступные и эффективные инструменты защиты контента станет все более настойчивым.

Индустрии предстоит откликнуться на этот вызов, чтобы дать создателям возможность спокойно творить, не опасаясь за свое право на результат труда



Активность респондентов в соцсетях

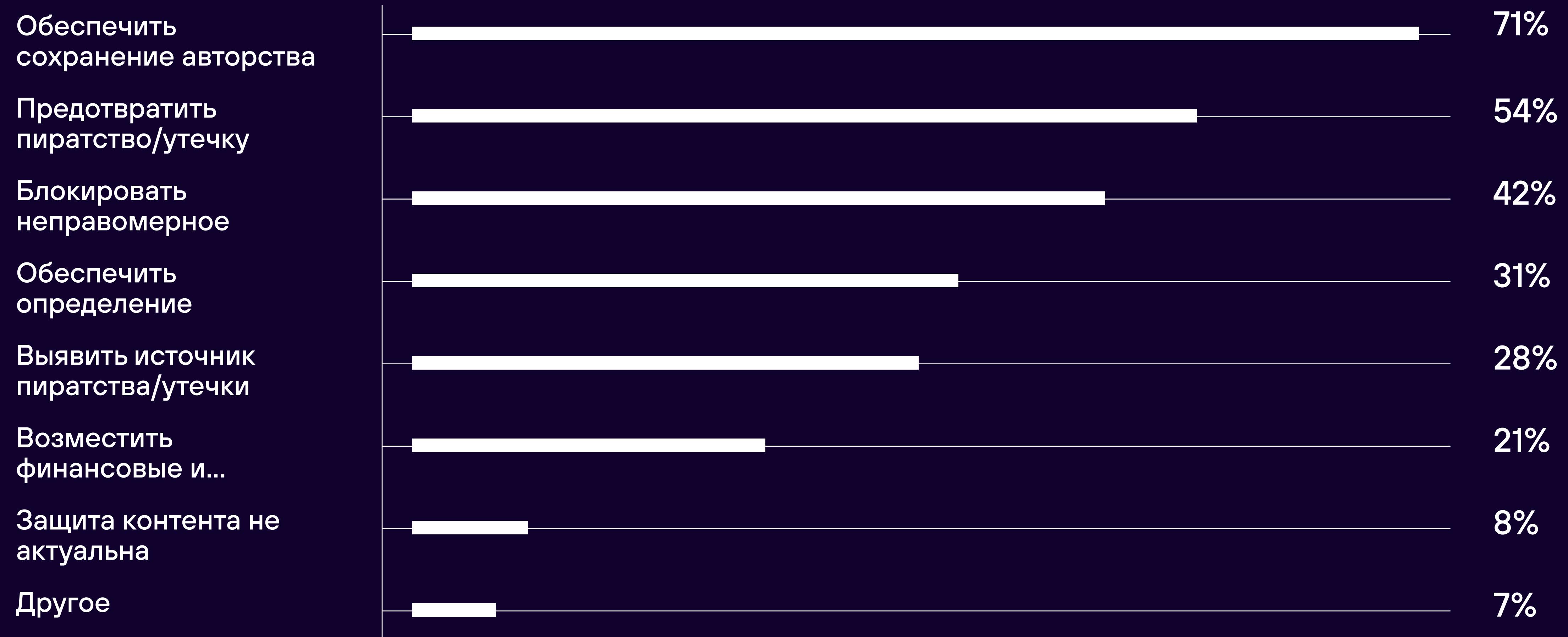


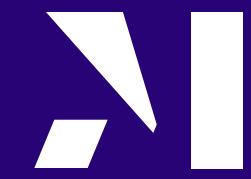


Тип контента, для которого актуальна защита (множественный выбор)



Цели респондентов в вопросах защиты цифрового контента (множественный выбор)





Методы защиты цифрового контента (множественный выбор)

