

Co oglądasz
w internecie?



Maj 2012



**OGLĄDAJ
LEGALNE**

**Sondaż dotyczący opinii i zwyczajów związanych
z oglądaniem treści audiowizualnych w internecie**

Kluczowe wnioski



Około 2,4 mln internautów (18% użytkowników wideo online) w wieku powyżej 14 roku życia zapłaciło za dostęp do treści wideo sądząc, że korzystają z legalnego źródła posiadającego prawa do dystrybucji danych treści, choć w rzeczywistości było inaczej.

Prawie drugie tyle korzysta z treści bez licencji w sposób świadomy.



Użytkownicy mogą mieć problem z rozpoznaniem serwisów, które dystrybuują treści wideo na podstawie stosownych praw od tych, które ich nie posiadają. Dla znacznej części fakt dokonywania opłat jest sposobem na rozpoznanie legalnego źródła. Pomocna w prawidłowej ocenie może być rzetelna informacja serwisu o legalności materiałów.



Cenną zachętą do korzystania z usług dystrybutorów treści legalnych jest duża baza filmów. Jednocześnie ponad połowa użytkowników treści wideo online nie wie, ile jest takich materiałów dostępnych w sieci, a dodatkowo prawie jedna trzecia deklaruje liczbę mniejszą niż w stanie faktycznym. W celu wsparcia normalizacji rynku wideo online wskazana jest więc akcja informacyjna skierowana do internautów.



**OGŁĄDAJ
LEGALNE**

Normalizacja rynku wideo online

Wyniki badania przeprowadzonego w ramach akcji „Oglądaj legalne” pokazują kilka bardzo ciekawych zjawisk związanych z oglądaniem materiałów wideo w internecie. Przede wszystkim rezultaty badania silnie wskazują na rzeczywistą obecność procesu konwergencji mediów elektronicznych, w tym wypadku internetu i telewizji. Ponad 90 procent wszystkich internautów deklaruje, że ogląda materiały wideo w internecieⁱ. Jest to więc jeden z podstawowych kanałów dostępu do materiałów zarezerwowanych jeszcze kilka lat temu dla dużego ekranu. Wyniki te są zbliżone z wieloma innymi badaniami pokazującymi jakie aktywności dominują w polskim internecie. Ale badanie sondażowe prowadzone w ramach akcji „Oglądaj legalne” pokazuje znacznie więcej. Można jego wyniki interpretować w kategoriach gotowości konsumentów treści wideo na nowoczesne i w pełni legalne rozwiązania rynkowe.



dr Krzysztof Krejtz
Laboratorium
Interaktywnych
Technologii,
OPI
Wsparcie naukowe

Uderzające jest, że prawie połowa osób, które oglądają materiały wideo, jest gotowa za nie płacić. Jednocześnie płatność jest określana jako jeden z podstawowych wyróżników treści dostępnych legalnie od treści udostępnianych bez właściwej licencji. Co więcej, wydaje się że ci, którzy oglądają wideo online, poszukują na serwisach internetowych informacji uwiarygodniającej legalność zawartych tam materiałów. Można w tym miejscu posłużyć się analogią rynku muzycznego, gdzie wprowadzenie w USA rozwiązania umożliwiającego dostęp do olbrzymiej i aktualnej bazy plików muzycznych w rozsądnej cenie poskutkowało jego olbrzymim sukcesem biznesowym. Nie mniej ważne w tym kontekście było również zaproponowanie internautom takiego dostępu do plików muzycznych, który był banalnie prosty w użyciu i niezwykle *user-friendly*. Oznaczało to, że bez zbędnego wysiłku każdy miał dostęp do niemal dowolnego utworu muzycznego, który mógł zakupić zupełnie legalnie. Wydaje się, że obecnie przyszedł czas na podobne rozwiązania dla rynku wideo, bo użytkownicy internetu potencjalnie są na to już gotowi. Niemniej wyniki opisywanego badania pokazują również jak olbrzymią wagę mogą odegrać takie akcje jak „Oglądaj legalne”, które poprzez odpowiednią i wiarygodną informację mogą pomóc internautom odnaleźć treści legalne oraz uświadomić, jak szeroka oferta legalnych materiałów wideo już teraz dostępna jest w internecie (wyniki badania wskazują, że większość respondentów postrzega tę ofertę jako zdecydowanie mniejszą niż jest ona w rzeczywistości). Patrząc na wyniki badania można mieć nadzieję, że jesteśmy już tylko o krok od całkowitej normalizacji kolejnego rynku internetowego, zarówno po stronie oferty, jak i zachowań konsumentów.



**OGLĄDAJ
LEGALNE**

ⁱ Dla porównania – w roku 2011 w raporcie interaktywnie.com „Wideo w internecie” z badania patronackiego IAB Polska podawaliśmy, że udział regularnych użytkowników wideo online wynosił około 2/3, zaś wszystkich oglądających – 95%.
<http://interaktywnie.com/index/index/?file=raport-wideo-w-internecie.pdf>



Paweł Kolenda
Menadżer ds. Badań
IAB Polska
Koordynator badania

Ilu internautów płaci za nielegalne treści?

Szacunki wskazują, że około 2,4 miliona internautów w wieku powyżej 14 roku życia zapłaciło za dostęp do treści audio-wizualnych online w serwisach nieposiadających stosownych praw do ich dystrybucji. To 18% wszystkich użytkowników wideo online. Sądzą oni, że uiszczają opłaty za dostęp do legalnych treści. To znaczna grupa użytkowników sieci, która jest gotowa płacić za dostęp do kontentu i prezentuje dojrzały typ użytkownika. Prawie tyle samo płaci za dostęp do materiałów bez licencji w sposób świadomy, wiedząc że oglądane treści nie posiadają praw do dystrybucji. W sumie daje to jedną trzecią użytkowników treści wideo w internecie, czyli ponad jedną czwartą wszystkich internautów. Analiza wyników badania pokazuje, że duży wpływ na taki stan rzeczy ma poziom wiedzy samych internautów, który w znacznym stopniu wynika z braku odpowiednich narzędzi do oceny legalności.

Ponad połowa internautów, którzy oglądają materiały audiowizualne uważa, że potrafi rozróżnić, kiedy są one legalne. Okazuje się jednak, że znaczna część z nich sam fakt pobierania opłaty odbiera jako gwarancję legalności. Powyższe wyniki potwierdzają, że nie jest to najlepsze kryterium oceny. Optymistycznie nastawia jednak fakt, że znacznie częściej oczekiwanym wyznacznikiem legalności treści jest informacja ze strony serwisu o legalności udostępnianych treści. Potwierdza to także analiza opinii osób, którym zdarza się korzystać z nielegalnych treści. Prawie co druga taka osoba uważa, że zachętą do korzystania z materiałów legalnych byłaby rzetelna informacja serwisu gwarantująca dostęp do legalnych treści.

Podsumowując powyższe obserwacje należy zauważyć, że istnieje duża grupa użytkowników, którzy chcą płacić za poszanowanie praw autorskich i warto im wskazać te miejsca, w których jest możliwe, aby „oglądać legalne”.

Powyższe szacunki dotyczące liczby użytkowników zostały przeprowadzone na podstawie liczby internautów raportowanych w badaniu NetTrack (~16,7 milionów w roku 2011). Należy jednak zwrócić uwagę, że w badaniu nie brały udziału osoby młodsze, które także generują ruch w internecie (według Megapanel Gemius/PBI liczba internautów w Polsce wynosi ponad 19 mln osób powyżej 6 roku życia), więc wartość ta byłaby większa, gdyby uwzględnili wszystkich użytkowników sieci. Ekstrapolowanie wyników na młodszą populację jest jednak obciążone zbyt dużym ryzykiem błędu. Powyższa liczba wzrosłaby także, gdyby w badaniu rozpatrywały wszystkie serwisy oferujące treści wideo online. W celu szczegółowej analizy rekomendowane jest odniesienie do danych Megapanel, gdyż w projekcie skupiono się jedynie na najbardziej popularnych domenach.

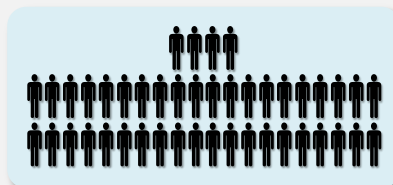


**OGLĄDAJ
LEGALNE**

4/5 internautów ogląda treści wideo online.

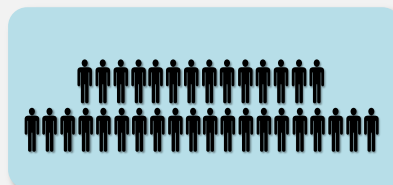


Wśród nich **prawie co drugi wykupił** (kiedykolwiek) dostęp do **płatnych treści wideo**.



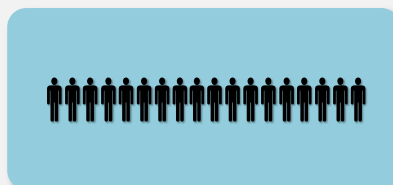
44%

W grupie tej **3/4 zapłaciły** za dostęp do serwisów, które **nie posiadają praw** do dystrybucji,



77%

choć **co drugi** taki użytkownik jest przekonany, że zapłacił za treści dostępne legalnie.



52%

To **18%** użytkowników wideo online, co stanowi

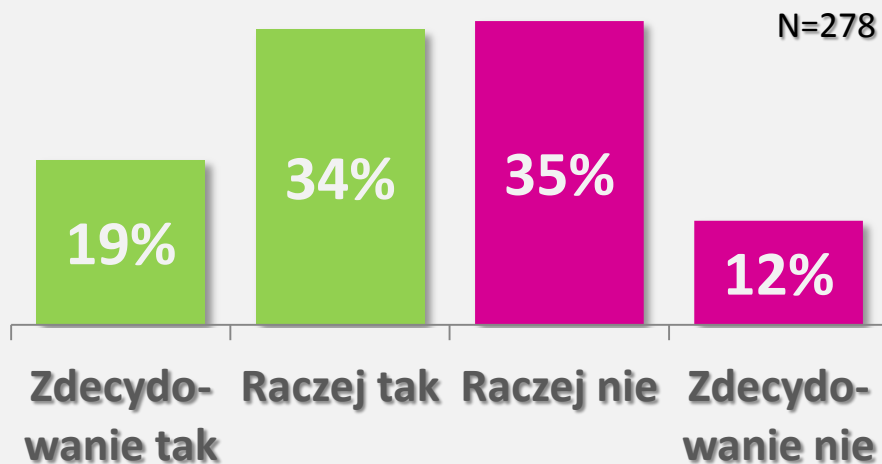
~2,4 mln
internautów.*



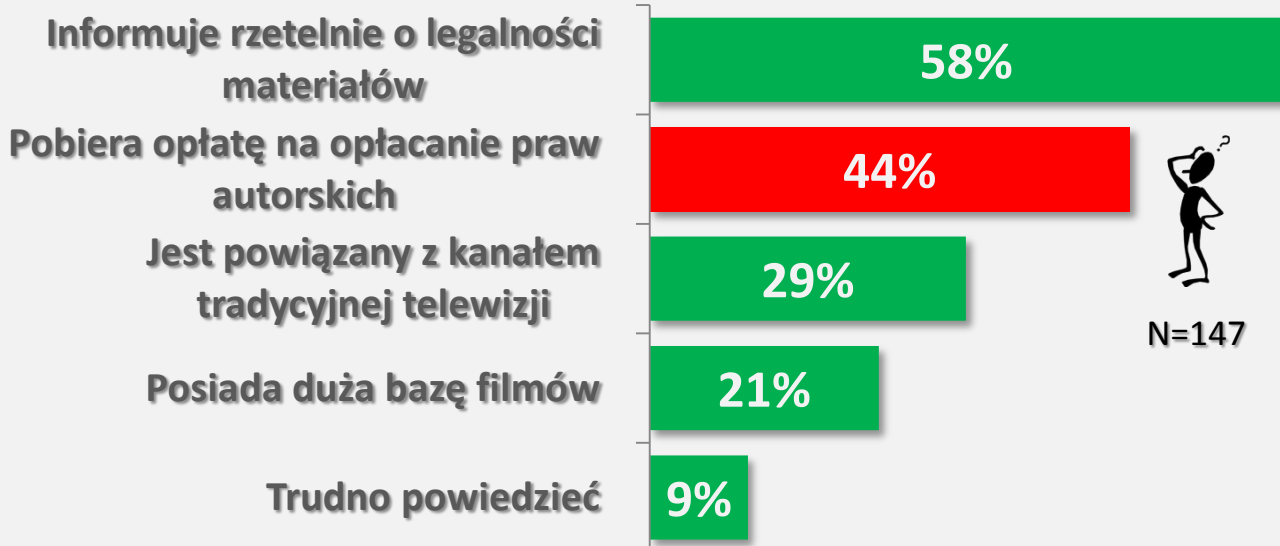
**OGLĄDAJ
LEGALNE**

53%
internautów
oglądających treści
wideo
online

uważa, że potrafi odróżnić, kiedy
korzysta z legalnego źródła...



W jaki sposób rozpoznać taki serwis?



choć okazuje się, że legalność serwisu
często weryfikowana jest
niemiarodajnymi kryteriami.

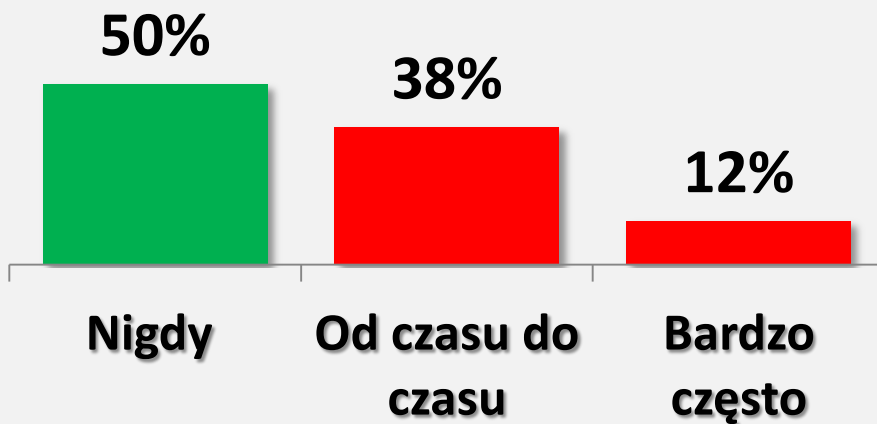


**OGLĄDAJ
LEGALNE**

50% internautów oglądających treści wideo online

przyznaje, że zdarza im się korzystać z **nielegalnych** treści wideo online.

N=278



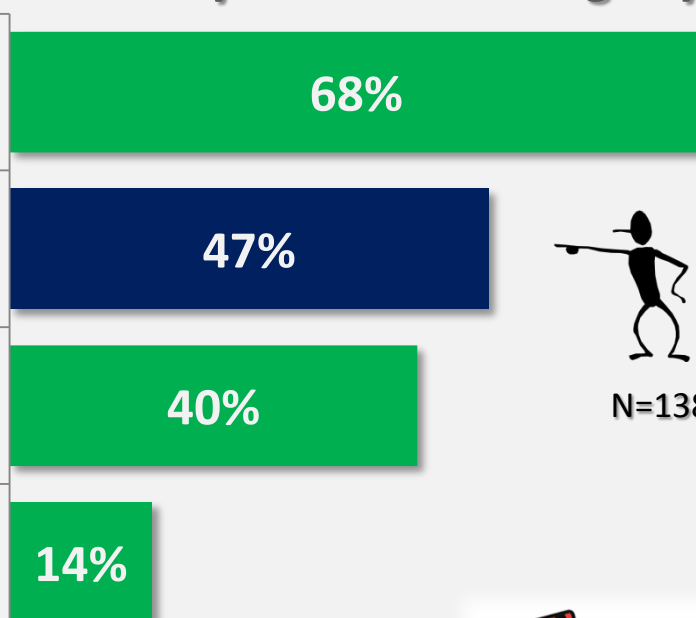
Co mogłoby zachęcić do korzystania z treści legalnych?

Duża baza filmów dostępnych legalnie

Jasna informacja, że serwis udostępnia filmy legalnie

Wyszukiwarka filmów

Nie ma nic takiego



N=138

Wyraźną zachętą do korzystania z treści legalnych jest **duża baza** takich materiałów dostępnych w sieci, jednak...



**OGLĄDAJ
LEGALNE**

50%
internautów
oglądających treści
wideo
online

nie wie ile w polskiej sieci jest
filmów i programów telewizyjnych
dostępnych **legalnie**.

N=278



Jedynie 8% trafnie określa skalę*.
W rzeczywistości dostępnych jest ponad:

115
tys.

materiałów

28
tys.

godzin



**OGLĄDAJ
LEGALNE**

* Źródło: IAB Polska, na podstawie danych uzyskanych od podmiotów biorących udział w akcji.

3 218

Filmów

13 805

Seriali

48 271

Programów

32 137

Teledysków

inne

TV

Metodologia

W ramach wspierania akcji „Oglądaj legalne” w maju 2012 zrealizowano sondaż internetowy CAWI na próbie 353 użytkowników sieci. Taka wielkość próby posiada pewne ograniczenia interpretacyjne wynikające z większego błędu szacowania w porównaniu do badań, które są zwykle realizowane na próbie N=1000, jednak w przypadku badania rynku serwisów udostępniających treści wideo online zdaniem autorów badania rekomendowana jest próba o minimalnej liczbie 2000 wywiadów. Interpretując zatem wyniki sondażu „Co oglądasz w internecie?” należy pamiętać, że daleko im do precyzyjnych estymacji, a ich celem jest ukazanie pewnych trendów i zjawisk, zachęcając zarazem do dalszego, wnikliwego badania rozwijającego się rynku wideo online.

W celu zniwelowania wspomnianych obciążeń w ramach konstrukcji próby badawczej zastosowano szereg rozwiązań doboru respondentów, które różnicowały zarówno zasięg serwisów zapraszających do udziału w ankiecie, jak również sposoby dotarcia. Pojawił się Billboard i Double Billboard na portalach i w sieciach reklamowych, dzięki czemu zapraszano do udziału na tysiącach witryn. Zastosowano też mailing i linki w artykułach na portalach. Zapraszali do badania:

Dzięki zastosowaniu powyższych rozwiązań udało się zrealizować wywiady nie tylko z osobami, które korzystają z internetu codziennie lub prawie codziennie (co zwykle znacznie skrzywia wyniki ze względu na intensywny sposób korzystania z mediumⁱ), ale także z tzw. medium-users (korzystającymi z sieci kilka razy w tygodniu) i light-users (raz na tydzień lub rzadziej), którzy są trudni do uchwycenia w badaniach realizowanych przez internet. Wielokanałowy dobór próby pozwala na odzwierciedlenie opinii szerszego grona populacji internetowej. Próba została dodatkowo doważona tak, aby odzwierciedlić strukturę płci i wieku oraz częstości korzystania z internetu raportowaną w badaniu NetTrackⁱⁱ MillwardBrown SMG/KRC. Wagi te stanowią standard rynkowy – m.in. zostały zastosowane w Megapanelu Gemius/PBI, największym źródle danych dotyczących „ruchu” w polskim internecie, z którego korzystano podczas realizacji badania oraz w trakcie analiz eksperckich.



CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)

RTS (Real-Time Sampling) + mailing + artykuły na portalach

Internauci 15+

N=353

11-21 maja 2012

Kontakt w sprawie szczegółów: [pkolenda\(at\)iab.com.pl](mailto:pkolenda(at)iab.com.pl)

ⁱ Więcej o konstrukcji próby i metodologii: #3, 10 zasad badań ilościowych online, IIBR, Warszawa 2012: http://iibr.pl/aktualnosci/rok_2012/10_zasad_badan_ilosciowych_online

ⁱⁱ Dane za rok 2011. Za: <http://www.wirtualnemedi.pl/tags/NetTrack>