R

WIPO
ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ

WIPO/ACE/18/41/EX
ОРИГИНАЛ: АНГЛИЙСКИЙ
ДАТА: 27 МАЯ 2026 ГОДА

## Консультативный комитет по защите прав

**Восемнадцатая сессия**
**Женева, 2–4 июня 2026 года**

# РЕЗЮМЕ. ПИРАТСТВО РАСКРЫТО: ПОНИМАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВОСПРИЯТИЯ И ПОТРЕБЛЕНИЯ ПИРАТСКОГО КОНТЕНТА В МАЛАЙЗИИ И ВЬЕТНАМЕ[*]

*Документ подготовлен компанией Ipsos, Лондон, Соединенное Королевство*[**]

## АННОТАЦИЯ

В этом отчете представлены основные результаты исследования отношения потребителей и их поведения в связи с онлайн-пиратством в Малайзии и Вьетнаме. Обследование проводилось в январе и феврале 2026 года по национальной репрезентативной выборке из 2 000 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет, представляющих каждую страну. Исследование показало, что доступ к пиратскому контенту широко распространен как в Малайзии, так и во Вьетнаме по каждой из исследованных категорий контента. Поведение укоренилось, особенно во Вьетнаме, где пиратство встречается чаще по всем категориям. Результаты также указывают на то, что разъяснение потенциальных негативных последствий пиратства для человека и лучшее понимание того, что потребители ожидают от официальных каналов, может привести к созданию сдерживающих факторов, побуждающих респондентов переходить с пиратских источников на официальные.

[*] Исследование проводилось на средства, предоставленные правительством Японии.

[**] В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата или государств — членов ВОИС.

**РЕЗЮМЕ**

1. В этом документе представлены основные результаты исследования поведения и отношения потребителей к онлайн-пиратству в Малайзии и Вьетнаме. Обследование проводилось в январе и феврале 2026 года по национальной репрезентативной выборке из 2 000 респондентов в возрасте от 18 до 65 лет, представляющих Малайзию и Вьетнам. В целом подавляющее большинство взрослых в возрасте от 18 до 65 лет в Малайзии и Вьетнаме являются потребителями пиратского контента (93% и 94% соответственно). Это поведение рассматривалось в пяти категориях контента: телевидение, кинофильмы, музыка, публикации и программное обеспечение. Во Вьетнаме более высокая доля потребителей склонна к потреблению пиратского контента во всех пяти категориях (34%) по сравнению с Малайзией (19%).

2. Несмотря на высокую распространенность пиратства на каждом рынке, наблюдается значительное совпадение в использовании как пиратских, так и официальных источников: по всем категориям контента почти все потребители пиратских произведений также потребляют контент из той же категории через официальный источник (от 94% в Малайзии для публикаций до 100% во Вьетнаме для телевидения и кинофильмов). Кроме того, наиболее часто используемые официальные источники одинаковы на двух рынках.

3. Тем не менее, пиратство по-прежнему составляет значительную долю годового потребления контента. В Малайзии доля пиратства колеблется от 42% годового потребления музыки до 33% годового потребления кинофильмов. Аналогичная пропорция (но на более высоком уровне) наблюдается во Вьетнаме, где пиратство составляет от 49% годового потребления музыки до 39% годового потребления кинофильмов.

4. Как потребители пиратского контента, так и те, кто его не потребляет, называют опасность личного риска влиятельным сдерживающим фактором при использовании пиратских источников. Эти опасности включают в себя личную безопасность (например, кража личных данных или заражение устройств вирусами, вредоносными программами или вымогательским программным обеспечением), а также риск судебного преследования. Для таких категорий контента, как музыка, убежденность в том, что использование пиратских источников вредит создателям, также представляется важным сдерживающим фактором.

5. Потребители пиратского контента в обеих странах также отмечают, что ключевые факторы, которые побудили бы их перейти с пиратских источников на официальные, связаны с опытом использования официальных каналов, например, желание получить более широкий выбор контента, большее удобство и более низкую цену. В Малайзии, в частности, потребители также отмечали контент, который недоступен в их регионе.

6. Большинство потребителей пиратских произведений также утверждают, что, если бы у них не было доступа к пиратским источникам, они бы переключились на официальный канал, а не прекратили потребление этого контента — не менее 7 из 10 по всем категориям в каждой стране.

7. Результаты, приведенные выше, показывают возможности для расширения использования официальных каналов на этих двух рынках.

[Конец документа]