

Цифровой контент показывает различия между нациями

Недавно компания J'son & Partners Consulting представила краткие результаты исследования [«Рынок цифрового контента в России»](#), который включает в себя все основные виды цифрового контента: музыку, видео, игры, мобильный контент и электронные книги. В исследовании есть одна интересная диаграмма, на основе которой можно посмотреть и сравнить, что привлекает разные нации в цифровом контенте. Для примера можно привести три пункта.

Во-первых, сразу вспомнился старый факт, что когда-то, еще при СССР, русские были признаны самой читающей нацией. Что уж там было тому причиной, то ли действительно природная любознательность и прививаемые с детства навыки к чтению, то ли отсутствие иных развлечений (три канала на всю страну с «одной» программой) – сказать сегодня трудно. Тем не менее, теперь, [по данным NOP World](#), пальма первенства нами утеряна. Исследование J'son & Partners Consulting только подтверждает это мнение. К примеру, в Японии электронные книги в структуре рынка цифрового контента занимают 6%, в Великобритании и Южной Кореи – 3%, а в России только 2%. Зато мы точно читаем чуть-чуть больше, чем в США. Там доля электронных книг составляет всего 1%.

Во-вторых, подтверждается мнение что русские – они как дети, очень доверчивые. Во всяком случае, «разводки» мобильных операторов на всякие лохотроны, то есть мобильный контент, в структуре нашего рынка занимают целых 57%. Это очень много, особенно если сравнить с 5% у «прагматичных» американцев и 10% в Великобритании. В этом отношении к нам ближе люди из Южной Кореи (27%) и Японии (23%).

В-третьих, в чем Россия сейчас значительно отличается от родины гамбургеров (т.е. США), «которые жрут либо тупые европейцы, либо американцы» (из к/ф «Море»), так это в том, что зомбоящик мы смотрим меньше. Во всяком случае, на долю видеоконтента в США приходится 82%, и это самый высокий показатель среди других стран, показанных на диаграмме. В России на долю видео приходится всего 21%, что, конечно, отрадно. Правда, нельзя забывать, что в России смотрят в основном через «торренты», за что отдельно денег, не считая доступ в интернет, не платят.

Вот только последний нюанс, насчет условно «бесплатного» контента, надо учитывать естественно, рассматривая первые два пункта.

ЗЫ: Не стоит искать в этой заметке какие-либо аналитические выкладки, как впрочем, и в предыдущей, где «Мегафон» в Воронеже нашел 600 тысяч пользователей Wi-Fi, а автор «обыграл» эту находку, найдя в свою очередь один млрд. недополученного дохода...

