

Сравнителен анализ Интелектуалната собственост и младежта 2022 г.



Предговор

Сравнителен анализ - Интелектуалната собственост и младежта 2022 г.

Настоящото трето издание на сравнителния анализ „Интелектуалната собственост и младежта“ предоставя желана актуализация по отношение на поведенията на младежите на възраст между 15 и 24 години в Европейския съюз във връзка с нарушенията на правата на интелектуална собственост. То хвърля светлина както на европейско, така и на национално ниво, върху факторите, които карат младежите да закупуват фалшифицирани стоки или да ползват цифрово съдържание от незаконни източници, но също така поставя акцент върху елементите, които биха накарали нашето по-младо поколение да ограничи неправомерното си поведение.

Проучването от 2022 г. до голяма степен потвърждава тенденциите, установени в предишните издания от 2016 г. и 2019 г., но предлага по-богата представа за възприятията и поведенията на младежите във време, когато онлайн търговията и цифровото потребление се увеличават значително, като по този начин оказват влияние върху поведенията на потребителите.

Тенденцията на използване на цифрово съдържание от законни източници ясно се потвърждава с все по-голяма част младежи, които заявяват предпочитанията си към законни алтернативи спрямо пиратско съдържание.

Въпреки това 21 % от отговорилите лица все пак признават, че съзнателно са ползвали пиратско съдържание през последните 12 месеца, и по-специално филми, сериали, музика и спортни събития на живо, от специални сървъри, приложения и социални медии. За една трета от младите потребители е трудно да различат цифровото законно съдържание от пиратското или все повече от тях не се интересуват.

От друга страна съзнателното закупуване на фалшифицирани стоки е нараснало с 37 % при младежи, които потвърждават, че са купували поне един фалшив продукт през последните 12 месеца (14 % през 2019 г.).

Тази тенденция е тревожна, дори ако е възможно методологичните подобрения да предоставят по-точна картина в сравнение с предходни издания на сравнителния анализ.

Подобна част от младежите са закупили фалшиви продукти случайно, като признават, че изпитват трудности в различаването на истински от фалшифицирани стоки.

И ако според отговорилите лица цената все още е основен движещ фактор в посока пиратство или фалшифициране, значението на обществени влияния, например поведения в семейството, сред приятелите и хората около тях, придобива важна роля.

Отчитайки факторите, които биха ги накарали да се замислят и да спрат да нарушават правата на интелектуалната собственост, личните рискове от киберзаплаха или киберизмама вече се споменават по-често от анкетираните младежи, както и по-доброто разбиране на отрицателното влияние върху околната среда или обществото.

Този нов анализ би следвало да предостави ценен инструмент за действие, който да подпомогне заинтересованите лица, политиците, както и възпитателите и

организациите за гражданско общество, да оформят инициативи за повишаване на осведомеността, които да подкрепят информирания избор на нашите млади граждани и потребители.

Christian Archambeau
Executive Director
EUIPO



Резюме

Сравнителен анализ - Интелектуалната собственост и младежта 2022 г.

ОБОБЩЕНИЕ НА ОСНОВНИТЕ КОНСТАТАЦИИ

Тази анкета от 2022 г. е продължение на първото и второто издание на „Интелектуалната собственост и младежта“, публикувани през 2016 г. и 2019 г. Конкретната цел на първоначалното проучване беше да установи кои са най-големите движещи фактори и бариери при придобиване на цифрово съдържание онлайн или закупуване на законно или незаконно предлагани физически стоки. Проучването от 2022 г. се основава на съкратена и преработена версия на въпросника за проучването от 2019 г. Целта е както да се оценят промените в нагласите и поведенията от 2019 г. насам, така и да се придобият нови подобрени представи, които биха могли пряко да уведомят за подходящите политически отговори. Проучването беше проведено сред общо 22 021 младежи (на възраст 15—24 години) в 27-те страни — членки на ЕС, в периода 7—28 февруари 2022 г. Този доклад предоставя обстоен преглед на констатациите, като включва, където това е възможно от методологична гледна точка, сравнения с резултатите от 2019 г. и 2016 г.

Ползването на съдържание от незаконни източници и закупуването на фалшифицирани физически стоки онлайн продължава да бъде честа практика сред младежите.

Една трета (33 %) от отговорилите лица са използвали, играли, изтегляли или излъчвали предаване от незаконни източници в последните 12 месеца. Това включва 21 %, които са направили това умишлено, и 12 %, които са го направили случайно. Въпреки че тези резултати съответстват в доста голяма степен на резултатите от 2019 г., се наблюдава също така и увеличение с десет процентни пункта на дела от младежи, които казват, че *не* са ползвали съдържание от незаконни източници (от 50 % на 60 %). Това увеличение е в съответствие с най-общите констатации в актуалната литература.

По отношение на фалшифицирането, малко над половината (52 %) от анкетираните младежи в последните 12 месеца са купували поне веднъж фалшив продукт онлайн. Общо 37 % умишлено са купили фалшив продукт, а същата част са го направили случайно (възможно е отговорилите лица на някакъв етап в последните 12 месеца да са купували както умишлено, така и случайно, определен тип фалшифициран продукт). Въпреки че резултатите по този въпрос не са пряко съпоставими с предходните вълни на проучването, те отбелязват видимо нарастване на закупуването на фалшифицирани стоки спрямо 2019 г., когато 14 % от отговорилите лица казват, че са купували такива стоки умишлено, а 12 % — че са го направили случайно. Тази промяна вероятно отразява както документираното увеличение най-общо на онлайн търговията по време на пандемията от COVID-19, така и допълнителните разработки, направени по въпроса за Сравнителния анализ за 2022 г. (подробно в раздел 1.3 по-долу). Конкретните типове

фалшифицирани продукти, които отговорилите лица най-често са купували за последните 12 месеца, са дрехи и аксесоари (17 %), следвани от обувки (14 %).

Цената остава най-важният фактор, който мотивира незаконното ползване на цифрово съдържание, както и закупуването на фалшифицирани стоки, но други фактори като обществените влияния набират особена популярност.

В съответствие с констатациите от 2019 г., ниската цена и големият избор продължават да бъдат основните причини на отговорилите лица за случайно ползване на съдържание от незаконни източници. Така например достъпността на продукта е основният фактор, който мотивира случайното закупуване на фалшифицирани физически стоки през 2022 г., следван от простата незаинтересованост дали продуктът е фалшив, убеждението, че няма разлика между оригинални и фалшифицирани стоки, и лекотата, с която се откриват или поръчват фалшифицирани стоки онлайн (18 %). В същото време както при ползването на съдържание от незаконни източници, така и при закупуването на фалшифицирани стоки се отбелязва нарастване (съответно от 5 и 6 процентни пункта) в дела на отговорилите лица, които казват, че „приятели или други хора, които познавам, правят така“, което изтъква нарастващото значение на обществените влияния.

Специализирани сайтове са най-популярният начин за незаконно ползване на повечето видове цифрово съдържание.

Нов въпрос, добавен в проучването за 2022 г., показва, че по отношение на повечето видове съдържание от незаконни източници, специализираните сайтове са най-популярният канал, чрез който се осъществява достъп, по-конкретно за филми (63 %) и сериали (59 %). По отношение на музиката приложенията са най-популярният канал, чрез който се осъществява достъп до пиратско съдържание (39 %), а относно снимките, най-популярният канал (36 %) са социалните мрежи.

Наличието на по-достъпни оригинални продукти/съдържание от законни източници, заедно с риска от налагане на наказания, остават сред основните фактори, които биха накарали младежите да се откажат от незаконните алтернативи. В същото време новите възможности за отговор, добавени в проучването за 2022 г., насочват към други фактори, които биха ги накарали да променят поведението си.

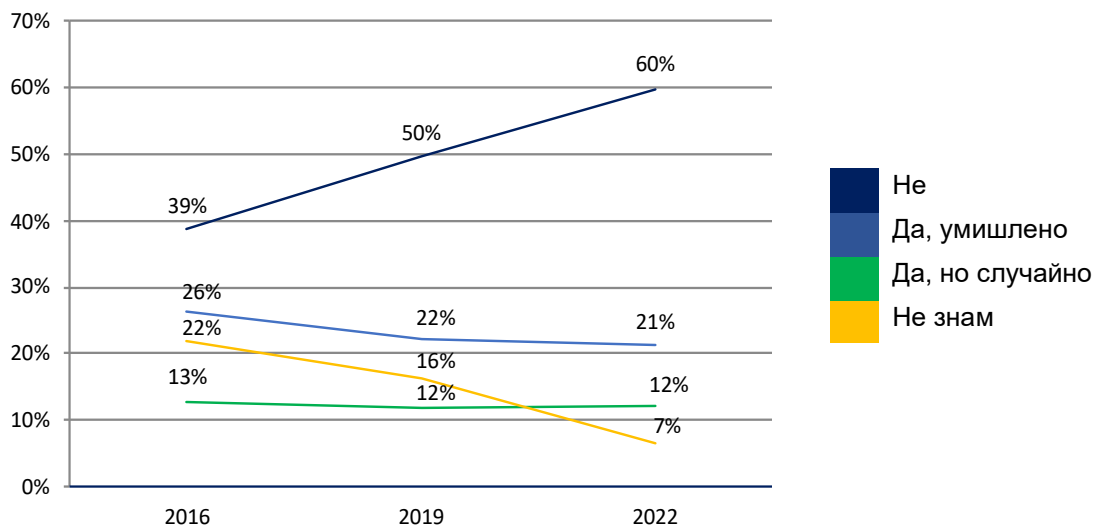
Около половината от тези, които казват, че са ползвали съдържание от незаконни източници, посочват, че биха спрели, ако станат обект на киберзаплаха (41 %) или киберизмама (40 %), а 24 % казват, че биха направили това, ако получат съдържание с лошо качество. Сред тези, които са купували фалшиви продукти, около една трета (31 %) казват, че биха спрели, ако попаднат на фалшификат с лошо качество, а около една четвърт казват, че биха го направили, ако станат обект на киберизмама (23 %) или киберзаплаха (21 %) или ако попаднат на опасен продукт (22 %). Подобна част казват, че би ги възпряло по-добро разбиране на отрицателното влияние върху околната среда (19 %) или обществото (17 %).

ЦИФРОВО СЪДЪРЖАНИЕ

Делът на младежите, които са ползвали съдържание от незаконни източници (както умишлено, така и случайно), се задържа относително стабилно от 2019 г. насам на 33 %. В същото време се наблюдава увеличение с десет процентни пункта в дела на младежите, които казват, че не са ползвали *никакво* такова съдържание.

В съответствие с констатациите от проучването през 2019 г., една трета (33 %) от отговорилите лица са използвали, играли, изтегляли или излъчвали от незаконни източници в рамките на последните 12 месеца, като 21 % са го направили умишлено, а 12 % са го направили случайно. Въпреки че тези резултати съответстват в доста голяма степен на резултатите от 2019 г., се наблюдава също така и увеличение с десет процентни пункта на дела от младежи, които казват, че *не* са ползвали съдържание от незаконни източници (от 50 % на 60 %). Това е в съответствие с най-общата литература, включително с „Европейските граждани и интелектуалната собственост: възприятие, осъзнатост, поведение“ за 2020 г., където делът на отговорилите лица, които са платили за законно цифрово съдържание, бележи повишение от седемнайсет процентни пункта в сравнение с 2017 г. (от 25 % на 42 % през 2020 г.) (Фигура 1.1).

Фигура 1.1: Ползване на цифрово съдържание — законно или незаконно



Както през 2019 г., само едно от пет (21 %) отговорили лица *умишлено* са използвали незаконни източници за достъп до съдържание.

Умишлената употреба от незаконни източници остава по-висока от средната сред мъжете и младежите с високо образование. В същото време широкото разпространение на това поведение варира съществено в различните страни, като се движи от 29 % в Белгия до 12 % в Германия. Основните видове цифрово съдържание, които се търсят в

незаконни източници, са филми (61 %), телевизионни сериали/шоу програми (52 %) и в по-малка степен музика (36 %), софтуер (35 %), игри (33 %), спортни събития на живо (35 %) и електронни книги (32 %). Делът на отговорилите лица, които разчитат основно на **законни** източници за всеки тип съдържание, е твърдо под границата от 60 %.

За повечето типове съдържание от незаконни източници, специализираните сайтове са най-популярният канал, чрез който се осъществява достъп до съдържание.

Нов въпрос, добавен в проучването за 2022 г., показва, че по отношение на повечето видове съдържание от незаконни източници, специализираните сайтове са най-популярният канал, чрез който се осъществява достъп до съдържание, по-конкретно за филми (63 %) и телевизионни сериали (59 %). По отношение на музиката приложенията са най-популярният канал, чрез който се осъществява достъп до пиратско съдържание (39 %), а относно снимките, най-популярният канал (36 %) са социалните мрежи.

В съответствие с предишната вълна от изследвания, основната причина, която отговорилите лица посочват за умишлено ползване на съдържание от незаконни източници, е по-ниската цена на съдържанието в сравнение със съдържанието от законни източници, посочено от над половината (55 %) от тях, следвано от това, че желаното съдържание е достъпно само чрез незаконни източници (25 %), и наличието на по-голям избор при такива източници. По-специално резултатите от проучването за 2022 г. сочат увеличаване на дела на отговорилите лица, които казват, че „приятели или други хора, които познавам, правят това“ (от 12 % на 17 %), изтъквайки нарасналото значение на общественото влияние върху поведението.

Основният фактор, който младежите посочват като такъв, който би ги накарал да престанат с умишленото ползване на съдържание от незаконни източници, е наличието на по-достъпно съдържание от законни източници. Вероятността за киберизмама и киберзаплаха са вторите най-споменавани фактори, които биха послужили като възпиращи такива.

Наличието на по-достъпно съдържание от законни източници е основният фактор, който според младежите би могъл да ги накара да спрат умишленото ползване на съдържание от незаконни източници — близо половината (47 %) от тях посочват това. Подобна част казват, че биха спрели, ако станат обект на киберзаплаха (41 %) или на киберизмама (40 %), а 29 % посочват, че биха го направили, ако са заплашени от наказание, и 24 % биха го направили, ако получат некачествено съдържание.

Сред отговорилите лица, които не знаят дали са ползвали съдържание от незаконни източници, по-голямата част (69 %) продължават да твърдят, че не могат да разграничат законни от незаконни източници, а 26 % казват, че не се интересуват дали източникът е законен или незаконен. Въпреки че предишната цифра е по-ниска в сравнение с 2019 г. (с 15 процентни пункта), делът на лицата, които казват, че не се интересуват, е по-висок (с 8 процентни пункта).

МАТЕРИАЛНИ СТОКИ

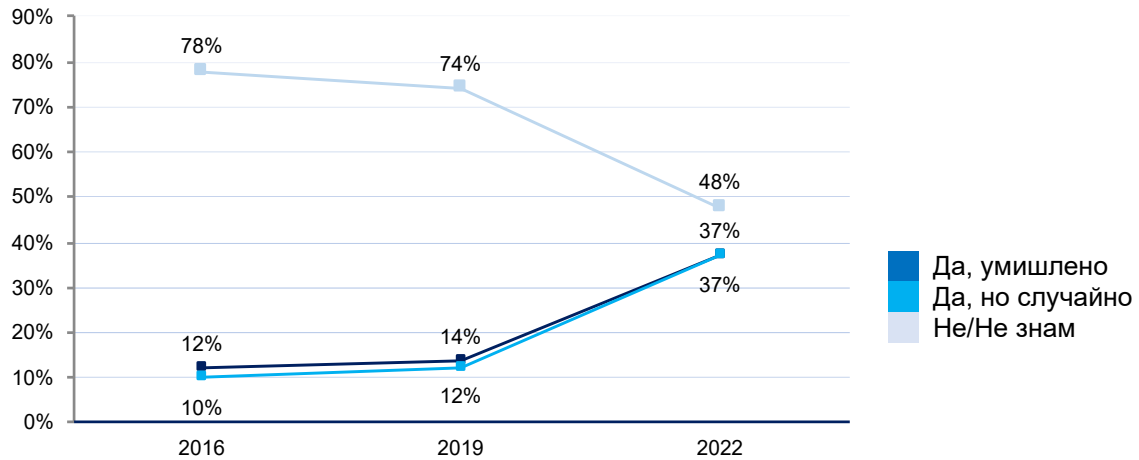
Въпреки че почти две трети (63%) от отговорилите лица в проучването за 2022 г. казват, че намират за сравнително лесно или много лесно разграничаването на законните от незаконните източници за материални стоки, около една трета (31 %) продължават да се сблъскват с предизвикателства в това отношение. Тези предизвикателства все така преобладават сред жените и тийнейджърите (на възраст между 15 и 17 години) и сред най-необразованите.

Малко над половината (52 %) от отговорилите лица са купували фалшив продукт онлайн през последните 12 месеца поне веднъж.

Малко над половината (52 %) от отговорилите лица са купували фалшив продукт онлайн през последните 12 месеца поне веднъж. Общо 37 % умишлено са купили фалшив продукт, а същата част са го направили случайно, като 48 % процента не са купували такива продукти или не са сигурни дали са закупили или не (сборът не е 100 %, тъй като е възможно отговорилите лица да са закупили фалшифицирани продукти в някакъв момент през последните 12 месеца, както умишлено, така и случайно) (Фигура 1.2). Въпреки че резултатите по този въпрос не са пряко съпоставими с предходните вълни на проучването, те отбелязват видимо нарастване на закупуването на фалшифицирани стоки спрямо 2019 г., когато 14 % от отговорилите лица казват, че са купували такива стоки умишлено, а 12 % — че са го направили случайно. Тази промяна вероятно отразява както документираното увеличение най-общо на онлайн търговията по време на пандемията от COVID-19 (и потенциалния недостиг на продукти в някои физически магазини), така и допълнителните разработки, направени по въпроса за Сравнителния анализ за 2022 г.

Докато в предишни издания отговорилите лица бяха запитани само дали са закупили фалшиви стоки или не, в изданието от 2022 г. им е представен списък с 12 конкретни категории продукти, като им е поставен въпросът дали са закупили всяка от тях или не. Предоставянето на списъка би следвало да помогне на отговорилите лица да си спомнят по-добре минали покупки, като по този начин ще се осигури и по-точна мярка за поведение.

Фигура 1.2: Умишлено или неволно закупуване на фалшифицирани стоки



Умишленото закупуване на фалшифицирани стоки през последните 12 месеца е най-високо по отношение на дрехи и аксесоари (17 %), следвани от обувки (14 %), електронни устройства (13 %) и хигиенни продукти, козметика, продукти за лична хигиена и парфюми (12 %). Случайното закупуване на фалшифицирани продукти е най-високо в общо взето същите продуктови категории.

В съответствие с резултатите от сравнителните анализи за 2016 г. и за 2019 г., цената остава основният фактор, мотивиращ умишленото закупуване на фалшиви материални стоки през 2022 г. Малко под половината (48 %) от отговорилите лица, които *умишлено* са купували фалшифицирани стоки през последните 12 месеца, са го направили поради достъпността на фалшифицирания продукт или по-ниската цена. Други фактори, цитирани от поне един от всеки пет лица *умишлено* купувачи фалшиви стоки, е простата незаинтересованост дали продуктът е фалшив (27 %), убеждението, че няма разлика между оригинални и фалшифицирани стоки (24 %), и лекотата, с която се откриват или поръчват фалшифицирани стоки онлайн (18 %). От 2019 г. насам се наблюдава увеличение с шест процентни пункта в дела на лицата, които посочват друга причина — влиянието на хората, които познават.

Близо една трета от отговорилите лица, които умишлено са купували фалшифицирани стоки през последните 12 месеца, казват, че биха спрели, ако са налични оригинални продукти на по-достъпна цена (31 %). Същата част казват, че биха спрели, ако попаднат на фалшифицирана стока с лошо качество (31 %), а около една четвърт казват, че биха го направили, ако станат обект на киберизмама (23 %) или киберзаплаха (21 %), или ако някой от семейството/приятелите (22 %) или други (22 %) са имали лош опит с фалшив продукт, или ако попаднат на опасен продукт (22 %). Подобна част казват, че би ги възпряло по-добро разбиране на отрицателното влияние върху околната среда (19 %) или обществото (17 %).

От отговорилите лица, които *не са сигурни* дали са купували фалшифицирани продукти през последните 12 месеца, трима от всеки пет (60 %) казват, че не могат да разграничат оригинални от фалшифицирани продукти, а 39 % казват, че просто не ги интересува дали даден продукт е оригинален или фалшифициран.

Около една четвърт (26 %) от всички лица, отговорили в проучването, посочват, че не знаят дали са купували фалшифицирани стоки през последните 12 месеца. В тази група по-голямата част (60 %) все пак твърдят, че са неспособни да различат оригинални от фалшифицирани продукти, а 39 % посочват, че просто не ги интересува дали даден продукт е оригинален или фалшифициран. Последната цифра е с 8 процентни пункта по-висока спрямо тази от 2019 г., което още веднъж може да бъде показателно за нарастващото приемане в обществото на закупуването на фалшифицирани стоки.

КОМУНИКАЦИЯ

Съобщенията относно личната безопасност (примерно по отношение на избягването на компютърни вируси, злонамерен софтуер и измами с кредитни карти) продължават да бъдат най-убедителните за младежите, когато става въпрос за обмисляне на това какво може да ги разубеди както от ползване на съдържание от незаконни източници, така и от закупуване на фалшифицирани стоки. Във връзка по-специално с фалшифицираните стоки, съобщенията относно отрицателно влияние върху околната среда и обществото изглежда също оказват въздействие сред някои младежки сегменти.

Съобщенията, които най-вероятно биха накарали отговорилите лица да се замислят, преди да използват, играят, изтеглят или излъчват съдържание от незаконен източник, са такива, които показват, че съществува риск компютърът или устройството им да се заразят с вируси или злонамерен софтуер (53 %), риск за кражба на данните на кредитната им карта (49 %) или възможността да им бъде наложено наказание (36 %). Съобщенията, които най-вероятно биха разубедили младежите да купуват фалшифицирани стоки, аналогично са тези, които показват, че съществува риск от кражба на данните на кредитната им карта (43 %), последвани от липсата на гаранции за фалшифицирани продукти (34 %), риска от компютърни вируси/зловреден софтуер (34 %) и възможността за претърпяване на неблагоприятни въздействия върху здравето (31 %). По отношение на някои сегменти от отговорилите лица, които са закупували фалшифицирани продукти — и по-конкретно за най-образованите — съобщенията, които се отнасят до отрицателни въздействия върху околната среда и обществото, изглежда също оказват влияние до някаква степен (и всъщност по аналогичен начин са сред причините, които посочват други отговорили лица, за това, че не поръчват фалшифицирани стоки).