

Teollis- ja tekijänoikeudet ja nuoriso Tulostaulu 2022



Alkusanat

Tulostaulu 2022 – teollis- ja tekijänoikeudet ja nuoris

Tässä kolmannessa IP Youth -tulostaulussa on kaivattua tuoretta tietoa 15–24-vuotiaiden nuorten käyttäytymisestä Euroopan unionissa teollis- ja tekijänoikeuksien loukkausten osalta. Siinä tarkastellaan sekä Euroopan tasolla että kansallisella tasolla tekijöitä, jotka saavat nuoret ostamaan väärennettyjä tuotteita tai käyttämään digitaalista sisältöä laittomista lähteistä, mutta korostetaan myös tekijöitä, joiden vuoksi nuorempi sukupolvi voisi vähentää tekijänoikeuksia loukkaavaa käyttäytymistään.

Vuoden 2022 tutkimuksessa todettiin samoja suuntauksia kuin aiemmissa vuosina 2016 ja 2019 tehdyissä tutkimuksissa entistä voimakkaampina. Se antaa kuitenkin myös enemmän tietoa nuorten käsityksistä ja asenteista aikana, jolloin verkkokauppa ja digitaalinen kulutus ovat lisääntyneet merkittävästi, mikä vaikuttaa kuluttajien käyttäytymiseen.

Suuntaus digitaalisen sisällön hankkimiseen laillisista lähteistä on selvästi vahvistunut, kun suurin osa nuorista ilmoitti kannattavansa laillisia vaihtoehtoja laittomaan sisältöön verrattuna.

Vastaajista 21 prosenttia myöntää kuitenkin edelleen hankkineensa viimeisten 12 kuukauden aikana tarkoituksellisesti laitonta sisältöä, erityisesti elokuvia, tv-sarjoja, musiikkia ja urheilutapahtumien suoria lähetyksiä, tarkoitukseen varatuilta palvelimilta, sovelluksista ja sosiaalisesta mediasta. Kolmannes nuorista kuluttajista katsoo, että on vaikea erottaa digitaalista laillista sisältöä laittomasta sisällöstä, tai yhä useammin he eivät välitä asiasta.

Toisaalta tuoteväärennösten tahallinen ostaminen on lisääntynyt: 37 prosenttia nuorista vahvistaa ostaneensa vähintään yhden väärennetyn tuotteen viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana (vuonna 2019 luku oli 14 prosenttia).

Tämä suuntaus on huolestuttava, joskin metodologiset parannukset ovat saattaneet tarkentaa kuvaa tulostaulun aiempiin kertoihin verrattuna.

Samansuuruinen osuus nuorista osti väärennöksiä vahingossa, ja heillä on vaikeuksia erottaa aidot tavarat väärennöksistä.

Vastaajat pitävät hintaa edelleen merkittävimpana laittomien tuotteiden tai väärennösten käyttöä edistävänä tekijänä, mutta sosiaalisten vaikutusten, kuten perheen, ystävien ja heitä ympäröivien ihmisten käyttäytymisen, merkitys kasvaa.

Kun ajatellaan tekijöitä, jotka saavat kyselyn kohteena olevat nuoret miettimään asiaa ja lopettamaan teollis- ja tekijänoikeuksien loukkaukset, he ovat nyt aiempaa useammin maininneet verkkouhkien tai verkkopetosten henkilökohtaiset riskit ja ymmärtävät paremmin ympäristöön tai yhteiskuntaan kohdistuvia kielteisiä vaikutuksia.

Tämän uuden analyysin pitäisi tarjota arvokas toimintaväline, jonka avulla sidosryhmiä, poliittisia päättäjiä, kasvattajia ja kansalaisyhteiskunnan järjestöjä voidaan auttaa suunnittelemaan valistusaloitteita nuorten kansalaisten ja kuluttajien tietoon perustuvien valintojen tukemiseksi.

Christian Archambeau
Executive Director
EUIPO



Tiivistelmä

Tulostaulu 2022 – teollis- ja tekijänoikeudet ja nuoris

YHTEENVETO TÄRKEIMMISTÄ HAVAINNOISTA

Tämä vuoden 2022 tutkimus on jatkoa ensimmäiselle ja toiselle teollis- ja tekijänoikeuksia ja nuorisoa koskevalle tulostaululle, jotka julkaistiin vuosina 2016 ja 2019. Alkuperäisen tutkimuksen erityisenä tavoitteena oli selvittää, millä edistävillä tekijöillä ja esteillä on suurin merkitys hankittaessa digitaalista sisältöä verkosta tai ostettaessa fyysisiä tavaroita, kun näitä on tarjolla sekä laillisesti että laittomasti. Vuoden 2022 tutkimus perustui vuoden 2019 kyselylomakkeen lyhennettyyn ja tarkistettuun versioon. Sen tarkoituksena oli sekä arvioida asenteiden ja käyttäytymisen muutoksia vuoden 2019 tutkimuksen jälkeen että saada uusia ja parempia näkemyksiä, jotka voisivat antaa suoraa tietoa asianmukaisten poliittisten ratkaisujen tueksi. Tutkimukseen osallistui yhteensä 22 021 nuorta (15–24-vuotiasta) EU:n 27 jäsenvaltiossa 7.–28. helmikuuta 2022. Tässä kertomuksessa esitetään yksityiskohtainen katsaus havainnoista sekä vertailu vuosina 2019 ja 2016 saatuihin tuloksiin, silloin kun se on metodologisesti mahdollista.

[Laittomista lähteistä peräisin olevan sisällön hankkiminen ja väärennetyjen fyysisten tuotteiden ostaminen verkossa ovat edelleen yleisiä käytäntöjä nuorilla.](#)

Kolmannes (33 prosenttia) vastaajista oli käyttänyt, tallentanut, ladannut tai vastaanottanut suoratoistona laittomasta lähteestä peräisin olevaa sisältöä 12 viimeksi kuluneen kuukauden aikana. 21 prosenttia oli tehnyt niin tahallisesti ja 12 prosenttia tahattomasti. Tulokset ovat pitkälti samankaltaisia kuin vuoden 2019 tulokset, mutta myös niiden nuorten osuus, jotka sanovat, että he *eivät* ole hankkineet sisältöä laittomasta lähteestä, on kasvanut kymmenen prosenttiyksikköä (50 prosentista 60 prosenttiin). Lisäys on yhdenmukainen laajemman viimeaikaisen kirjallisuuden havaintojen kanssa.

Väärennösten osalta hieman yli puolet (52 prosenttia) kyselyyn osallistuneista nuorista oli ostanut verkkokaupasta vähintään yhden väärennetyn tuotteen viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana. Yhteensä 37 prosenttia oli ostanut tahallisesti väärennetyn tuotteen, ja yhtä suuri osuus oli tehnyt niin tahattomasti (vastaajat ovat saattaneet ostaa sekä tahallisesti että tahattomasti tietynlaisen väärennetyn tuotteen jossain vaiheessa viimeisten 12 kuukauden aikana). Vaikka tämän kysymyksen tulokset eivät ole suoraan verrattavissa aiempiin tutkimuskertoihin, ne merkisivät huomattavaa lisäystä väärennetyjen tavaroiden hankintaan vuodesta 2019, kun 14 prosenttia vastaajista ilmoitti ostaneensa tällaisia tavaroita tahallisesti ja 12 prosenttia tahattomasti. Tämä muutos heijastaa todennäköisesti sekä laajasti dokumentoitua kasvua verkko-ostoksissa covid-19-pandemian aikana että vuoden 2022 tulostauluun tehtyjä hienosäätöjä (tarkennettu jäljempänä 1.3 jaksossa). Vastaajien yleisimmin ostamia väärennetyjä tuotteita 12 viime kuukauden aikana olivat vaatteet ja asusteet (17 prosenttia) ja seuraavaksi yleisimpiä jalkineet (14 prosenttia).

Kustannukset ovat edelleen tärkein tekijä, joka motivoi hankkimaan digitaalista sisältöä laittomasti ja ostamaan väärennettyjä tavaroita, mutta muut tekijät ovat kasvussa, erityisesti sosiaaliset tekijät.

Vuoden 2019 havaintojen tapaan alhaisemmat kustannukset ja suurempi valinnanvara olivat edelleen tärkeimmät syyt siihen, että vastaajat käyttivät tarkoituksellisesti sisältöä laittomista lähteistä. Edullisuus oli tärkein syy myös väärennettyjen fyysisten tavaroiden tahalliseen ostamiseen vuonna 2022. Seuraavina tulivat se, ettei yksinkertaisesti välitetty siitä, oliko tuote väärennös, käsitys siitä, että aitojen ja väärennettyjen tavaroiden välillä ei ole eroa, sekä se, että tuoteväärennöksiä on helppo löytää tai tilata verkosta (18 prosenttia). Samalla sellaisten vastaajien osuus, joiden mukaan ”kaverit tai muut tuntemani henkilöt tekevät niin”, kasvoi sekä laittomista lähteistä peräisin olevan sisällön hankinnassa (5 prosenttiyksikköä) että väärennösten ostamisessa (6 prosenttiyksikköä), mikä korostaa sosiaalisten vaikutusten kasvavaa merkitystä.

Aihekohtaiset verkkosivustot olivat suosituin tapa päästä käsiksi useimpiin laittoman digitaalisen sisällön tyypeihin.

Vuoden 2022 tutkimukseen lisättiin uusi kysymys, jossa kävi ilmi, että useimpien laittomista lähteistä peräisin olevien sisältötyyppien osalta aihekohtaiset sivustot olivat suosituimpia tapoja päästä niihin käsiksi, erityisesti elokuvien (63 prosenttia) ja televisiosarjojen (59 prosenttia) osalta. Musiikin (39 prosenttia) osalta suosituin kanava laittoman sisällön hankkimiseksi olivat sovellukset ja valokuvien (36 prosenttia) osalta sosiaalinen media.

Edullisempien aitojen tuotteiden / aidon sisällön saatavuus laillisista lähteistä sekä rangaistuksen uhka kuuluvat edelleen tärkeimpiin tekijöihin, jotka saivat nuoret luopumaan laittomien vaihtoehtojen käytöstä. Samaan aikaan vuoden 2022 tutkimukseen lisätyt uudet vastausvaihtoehdot viittaavat muihin tekijöihin, jotka voivat muuttaa nuorten käyttäytymistä.

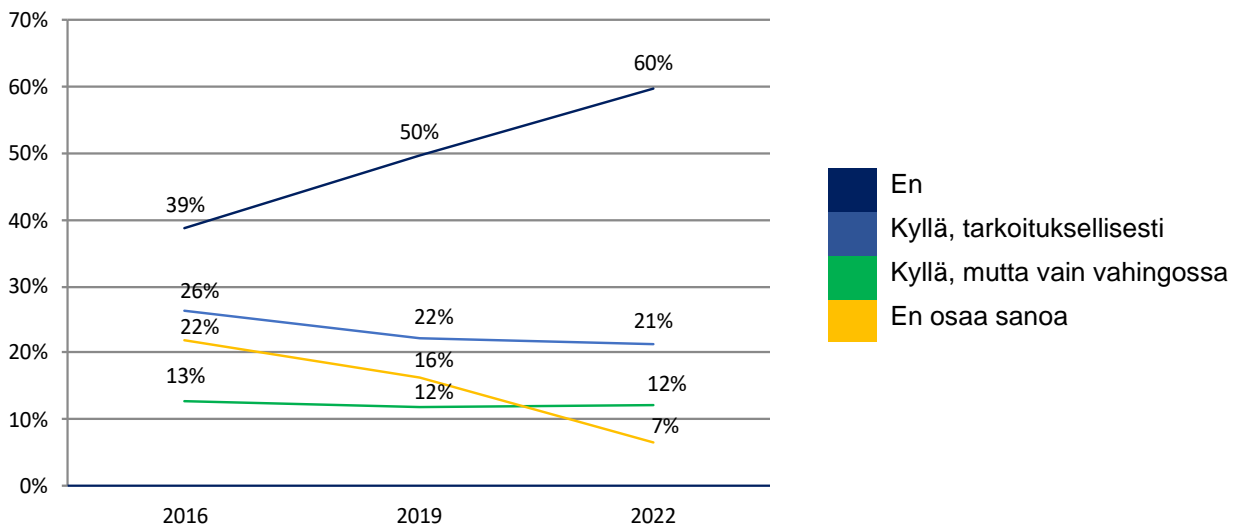
Noin puolet niistä, jotka sanoivat käyttäneensä laittomista lähteistä peräisin olevaa sisältöä, sanoi lopettavansa sen, jos he joutuisivat verkkouhkien (41 prosenttia) tai verkkopetosten (40 prosenttia) kohteiksi, ja 24 prosenttia sanoi, että he saattavat tehdä niin, jos heidän saamansa sisältö olisi heikkolaatuista. Väärennettyjä tuotteita ostaneista noin kolmannes (31 prosenttia) sanoi, että lopettaisi sen, jos väärennökset olisivat huonolaatuisia, ja noin neljännes tekisi niin kohdatessaan verkkopetoksia (23 prosenttia) tai verkkouhkia (21 prosenttia) tai saadessaan turvallisuudeltaan puutteellisen tai vaarallisen tuotteen (22 prosenttia). Samansuuruinen osuus sanoi, että parempi ymmärrys kielteisistä vaikutuksista ympäristöön (19 prosenttia) tai yhteiskuntaan (17 prosenttia) saisi heidät lopettamaan.

DIGITAALINEN SISÄLTÖ

Niiden nuorten osuus, jotka ovat hankkineet laittomasta lähteestä peräisin olevaa sisältöä (tahallisesti tai tahattomasti), on pysynyt vuodesta 2019 lähtien vakaana 33 prosentissa. Samaan aikaan niiden osuus, jotka *eivät* ole hankkineet tällaista sisältöä, on kasvanut kymmenen prosenttiyksikköä.

Vuoden 2019 kyselyn tulosten tapaan kolmannes vastaajista (33 prosenttia) oli käyttänyt, toistanut, ladannut tai vastaanottanut suoratoistona laittomasta lähteestä peräisin olevaa sisältöä kahdentoista viimeksi kuluneen kuukauden aikana – 21 prosenttia oli tehnyt niin tarkoituksellisesti ja 12 prosenttia tahattomasti. Tulokset ovat pitkälti samankaltaisia kuin vuoden 2019 tulokset, mutta myös niiden nuorten osuus, jotka sanovat, että he *eivät* ole hankkineet sisältöä laittomasta lähteestä, on kasvanut kymmenen prosenttiyksikköä (50 prosentista 60 prosenttiin). Tämä on yhdenmukaista laajemman kirjallisuuden kanssa, mistä esimerkkinä on vuoden 2020 tutkimus ”Euroopan kansalaiset ja teollis- ja tekijänoikeudet: käsityksiä, tietoisuutta ja käyttäytymistä koskeva tutkimus”, jonka mukaan laillisesta digitaalisesta sisällöstä maksaneiden vastaajien osuus kasvoi 17 prosenttiyksikköä vuoteen 2017 verrattuna (25 prosentista 42 prosenttiin vuonna 2020) (kuva 1.1).

Kuva 1.1: Digitaalisen sisällön hankkiminen – laillinen tai laiton



Vuoden 2019 tapaan hieman useampi kuin yksi viidestä (21 prosenttia) vastaajasta oli *tarkoituksellisesti* käyttänyt laittomia lähteitä päästäkseen käsiksi sisältöön.

Laittomien lähteiden tarkoituksellinen käyttö oli edelleen keskimääräistä yleisempää korkeasti koulutettujen miespuolisten ja nuorten keskuudessa. Samaan aikaan tämän käyttäytymisen yleisyys vaihteli huomattavasti maittain Belgian 29 prosentista Saksan 12 prosenttiin. Merkittävimmät laittomista lähteistä etsityn digitaalisen sisällön tyypit olivat elokuvat (61 prosenttia), tv-sarjat (52 prosenttia) ja vähäisemmässä määrin musiikki (36 prosenttia),

ohjelmistot (35 prosenttia), pelit (33 prosenttia), urheilutapahtumien suorat lähetykset (35 prosenttia) ja sähkökirjat (32 prosenttia). Niiden vastaajien osuus, jotka käyttivät pääasiassa *laillisia* lähteitä minkä tahansa sisältötyypin osalta, oli jatkuvasti alle 60 prosenttia.

Aihekohtaiset verkkosivustot olivat suosituin keino päästä käsiksi useimpiin laittomista lähteistä peräisin olevan sisällön tyypeihin.

Vuoden 2022 tutkimukseen lisättiin uusi kysymys, jossa kävi ilmi, että useimpien laittomista lähteistä peräisin olevien sisältötyyppien osalta aihekohtaiset sivustot olivat suosituimpia tapoja päästä niihin käsiksi, erityisesti elokuvien (63 prosenttia) ja televisiosarjojen (59 prosenttia) osalta. Musiikin (39 prosenttia) osalta suosituin kanava laittoman sisällön hankkimiseksi olivat sovellukset ja valokuvien (36 prosenttia) osalta sosiaalinen media.

Edellisellä tutkimuskerralla todettiin, että tärkein syy siihen, että vastaajat hankkivat tarkoituksellisesti pääsyn laittomista lähteistä tuotettuun sisältöön, olivat sisällön alhaisemmat kustannukset verrattuna laillisista lähteistä peräisin olevaan sisältöön. Yli puolet (55 prosenttia) mainitsi tämän syyn, ja seuraavina tuli se, että toivottua sisältöä oli saatavilla ainoastaan laittomista lähteistä (25 prosenttia) ja että näistä lähteistä oli saatavilla suurempi valikoima. Vuoden 2022 tutkimuksen tulokset osoittavat erityisesti, että niiden vastaajien osuus, jotka sanovat ”kaverini tai tuntemani ihmiset tekevät niin”, on kasvanut (12 prosentista 17 prosenttiin), mikä korostaa sosiaalisten vaikutteiden kasvavaa merkitystä käyttäytymiseen.

Tärkein tekijä, joka nuorten mukaan estäisi heitä hankkimasta tarkoituksellisesti pääsyä laittomista lähteistä peräisin olevaan sisältöön, olisi edullisemman sisällön saatavuus laillisista lähteistä. Verkkopetosten ja verkkouhkien mahdollisuus oli toiseksi useimmin mainittu tekijä, joka saattaisi toimia pelotteena.

Laillisista lähteistä saatavan kohtuuhintaisen sisällön saatavuus oli tärkein tekijä, joka saattaisi nuorten mukaan saada heidät lopettamaan tarkoituksellisen pääsyn hankkimisen laittomista lähteistä peräisin olevaan sisältöön – lähes puolet (47 prosenttia) nuorista mainitsi tämän. Samankaltainen osuus sanoi, että he saattaisivat lopettaa sen kohdatessaan verkkouhkia (41 prosenttia) tai verkkopetoksia (40 prosenttia), kun taas 29 prosenttia sanoi, että he saattaisivat tehdä niin, jos heitä uhkaisi rangaistus, ja 24 prosentin mukaan he voisivat tehdä niin saadessaan huonolaatuista sisältöä.

Vastaajista, jotka eivät tienneet, olivatko he käyttäneet laittomista lähteistä peräisin olevaa sisältöä, suurin osa (69 prosenttia) ilmoitti edelleen, että he eivät osanneet erottaa laillisia ja laittomia lähteitä toisistaan, kun taas 26 prosenttia sanoi, etteivät he välittäneet siitä, onko lähde laillinen vai laiton. Ensin mainittu luku oli pienempi (15 prosenttiyksikköä) kuin vuonna 2019, mutta niiden osuus, jotka eivät kertomansa mukaan välittäneet asiasta, oli suurempi (8 prosenttiyksikköä).

FYYSISET TAVARAT

Lähes kaksi kolmasosaa (63 prosenttia) vastaajista totesi vuoden 2022 kyselyssä, että fyysisten tavaroiden laillisten ja laittomien lähteiden erottaminen toisistaan oli melko helppoa

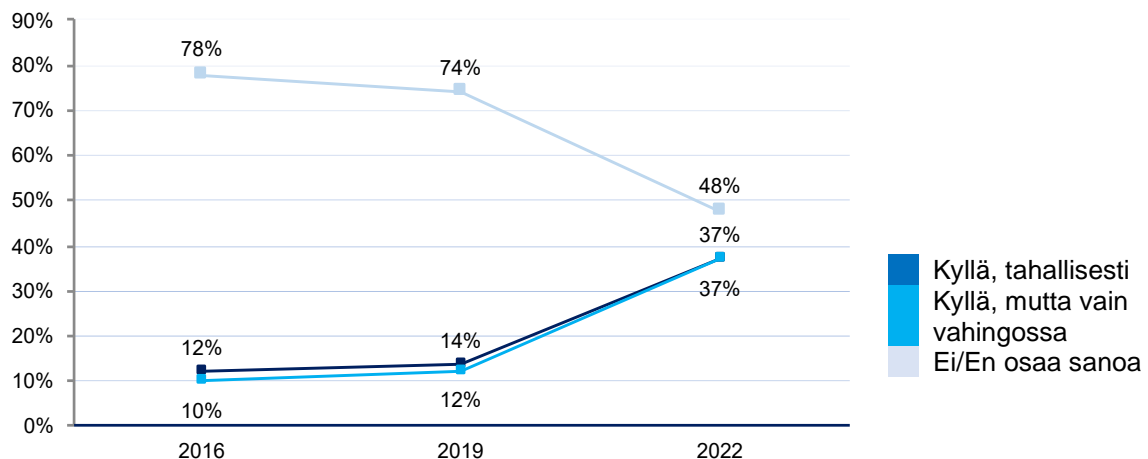
tai erittäin helppoa, mutta noin kolmanneksella (31 prosenttia) oli edelleen tähän liittyviä haasteita. Nämä haasteet olivat edelleen yleisimpiä naisten, teini-ikäisten (15–17-vuotiaiden) ja vähiten kouluttautuneiden keskuudessa.

Hieman yli puolet (52 prosenttia) kaikista vastaajista oli ostanut verkosta vähintään yhden väärennetyn tuotteen viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana.

Hieman yli puolet (52 prosenttia) kaikista vastaajista oli ostanut verkosta vähintään yhden väärennetyn tuotteen viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana. Yhteensä 37 prosenttia oli ostanut väärennetyn tuotteen tahallaan ja yhtä suuri osuus oli tehnyt näin tahattomasti, kun taas 48 prosenttia ei ollut ostanut tällaisia tuotteita tai ei tiennyt, oliko tehnyt niin (lukujen summa ei ole 100 prosenttia, koska vastaajat ovat saattaneet ostaa väärennoksen sekä tahallaan että tahattomasti jossain vaiheessa viimeisten 12 kuukauden aikana) (kuva 1.2). Vaikka tämän kysymyksen tulokset eivät ole suoraan verrattavissa aiempiin tutkimuskertoihin, ne merkitsivät huomattavaa lisäystä väärennettyjen tavaroiden hankintaan vuodesta 2019, kun 14 prosenttia vastaajista ilmoitti ostaneensa tällaisia tavaroita tahallisesti ja 12 prosenttia tahattomasti. Tämä muutos heijastaa todennäköisesti sekä laajasti dokumentoitua kasvua verkko-ostoksissa covid-19-pandemian aikana (ja mahdollisesti tuotepulaa joissakin fyysisissä myymälöissä) että vuoden 2022 tulostauluun tehtyjä parannuksia.

Edellisillä kerroilla vastaajilta kysyttiin vain, olivatko he ostaneet väärennettyjä tavaroita vai eivät, kun taas vuoden 2022 kyselyssä heille esitettiin 12 erityistä tuoteluokkaa sisältävä luettelo ja kysyttiin, olivatko he ostaneet kyseisiä tuotteita. Luettelon toimittaminen on todennäköisesti auttanut vastaajia muistamaan paremmin menneitä ostoksia, jolloin myös käyttäytymisen mittaaminen on tarkentunut.

Kuva 1.2: Väärennettyjen tavaroiden tahallinen ja tahaton hankinta



Viimeisten 12 kuukauden aikana väärennosten tahallinen hankinta oli yleisintä vaatteiden ja asusteiden (17 prosenttia), jalkineiden (14 prosenttia), elektroniikkalaitteiden (13 prosenttia) sekä hygienian, kosmetiikan, kehonhoitotuotteiden ja hajuvesien (12 prosenttia) ryhmässä. Väärennosten tahaton hankinta oli yleisintä pääpiirteissään samoissa tuoteryhmissä.

Vuosien 2016 ja 2019 nuorten tulostaulujen tulosten tapaan kustannukset olivat edelleen tärkein tekijä väärennetyjen fyysisten tavaroiden tahallisen hankinnan taustalla vuonna 2022. Hieman alle puolet (48 prosenttia) vastaajista, jotka olivat *tahallisesti* ostaneet väärennöksiä viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana, oli tehnyt niin väärennetyjen tuotteiden edullisuuden tai halvemman hinnan vuoksi. Muut tekijät, jotka vähintään yksi viidestä *tahallisesti* tuoteväärennöksiä ostaneesta mainitsi, olivat seuraavat: he eivät yksinkertaisesti välittäneet siitä, oliko tuote väärennös (27 prosenttia), he uskoivat, ettei aitojen ja väärennetyjen tavaroiden välillä ollut eroa (24 prosenttia), ja väärennetyjen tuotteiden löytäminen tai tilaaminen verkosta oli helppoa (18 prosenttia). Niiden osuus, jotka mainitsivat toisen syyn eli heidän tuntemiensa henkilöiden vaikutuksen, kasvoi kuusi prosenttiyksikköä vuoteen 2019 nähden.

Lähes kolmannes vastaajista, jotka olivat ostaneet tahallisesti väärennöksiä viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana, ilmoitti lopettavansa sen, jos saatavilla olisi edullisempia alkuperäistuotteita (31 prosenttia). Yhtä suuri osuus sanoi lopettavansa saadessaan huonolaatuisia väärennöksiä (31 prosenttia) ja noin neljännes, jos he joutuisivat verkkopetosten (23 prosenttia) tai verkkouhkien (21 prosenttia) kohteeksi, jos joko perheenjäsenillä tai kavereilla (22 prosenttia) tai muilla (22 prosenttia) olisi huonoja kokemusta väärennetyistä tuotteista tai jos he saisivat turvallisuudeltaan puutteellisen tai vaarallisen tuotteen (22 prosenttia). Samansuuruinen osuus sanoi, että parempi ymmärrys kielteisistä vaikutuksista ympäristöön (19 prosenttia) tai yhteiskuntaan (17 prosenttia) saisi heidät lopettamaan.

Vastaajista, jotka olivat *epävarmoja* siitä, olivatko he ostaneet väärennöksiä 12 viimeksi kuluneen kuukauden aikana, kolme viidestä (60 prosenttia) sanoi, ettei pystynyt erottamaan aitoja ja väärennetyjä tuotteita toisistaan, ja 39 prosenttia ilmoitti, ettei yksinkertaisesti välittänyt siitä, oliko tuote aito vai väärennety.

Noin neljännes (26 prosenttia) kyselyyn vastanneista sanoi, ettei tiennyt, oliko ostanut väärennetyjä tavaroita viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana. Suurin osa (60 prosenttia) tästä ryhmästä sanoi edelleen, ettei pysty erottamaan aitoja ja väärennetyjä tuotteita toisistaan, kun taas 39 prosenttia ilmoitti, ettei yksinkertaisesti välitä siitä, onko tuote aito vai väärennety. Jälkimmäinen luku oli 8 prosenttiyksikköä suurempi kuin vuonna 2019, mikä puolestaan viittaa siihen, että väärennösten ostamisen yhteiskunnallinen hyväksyttävyyden on lisääntynyt.

TIEDOTTAMINEN

Henkilökohtaiseen turvallisuuteen liittyvät viestit (esimerkiksi tietokonevirusten, haittaohjelmien ja luottokorttipetosten välttäminen) ovat edelleen kaikkein vakuuttavimpia nuorten kannalta pohdittaessa, mikä voisi saada heidät luopumaan sekä laittomista lähteistä peräisin olevan sisällön käytöstä että väärennösten ostamisesta. Erityisesti väärennösten osalta vaikutti siltä, että myös kielteisiä yhteiskunnallisia tai ympäristövaikutuksia koskevat viestit saivat vastakaikua joissakin nuorisoryhmissä.

Viestit, jotka todennäköisimmin saivat vastaajat harkitsemaan ennen laittomasta lähteestä saatavan sisällön käyttämistä, pelaamista, lataamista tai suoratoistoa, koskevat riskejä siitä,

että heidän tietokoneensa tai laitteensa saastuisi viruksista tai haittaohjelmista (53 prosenttia), luottokorttitiedot varastettaisiin (49 prosenttia) tai he saisivat rangaistuksen (36 prosenttia). Viestit, jotka todennäköisimmin saivat nuoret luopumaan väärennettyjen tuotteiden hankkimisesta, koskivat samaan tapaan riskiä siitä, että heidän luottokorttitietonsa varastetaan (43 prosenttia), ja seuraavina tulivat väärennetyjä tuotteita koskevien takuiden puuttuminen (34 prosenttia), tietokonevirusten ja haittaohjelmien riski (34 prosenttia) sekä terveyshaittojen mahdollisuus (31 prosenttia). Joissakin väärennöksiä ostaneiden vastaajien ryhmissä – erityisesti eniten koulutettujen joukossa – myös viestit, jotka liittyivät kielteisiin yhteiskunnallisiin tai ympäristövaikutuksiin, näyttivät saavan jonkin verran vastakaikua (ja nämä olivat myös yksi muiden vastaajien ilmoittama syy siihen, että he *eivät* olleet ostaneet väärennöksiä).