

2022 m. intelektinės nuosavybės ir jaunimo srities rezultatų suvestinė



Pratarmė

2022 m. intelektinės nuosavybės ir jaunimo srities rezultatų suvestinė

Trečiajame intelektinės nuosavybės ir jaunimo srities rezultatų suvestinės leidime pateikiama naujausia informacija apie 15–24 metų amžiaus jaunuolių visoje Europos Sąjungoje elgesį, susijusį su intelektinės nuosavybės teisių pažeidimu. Jame Europos ir nacionaliniu mastu nušviečiami veiksniai, skatinantys jaunimą pirkti suklastotas prekes ar naudotis skaitmeniniu turiniu iš neteisėtų šaltinių, taip pat pabrėžiami veiksniai, kurie galėtų priversti mūsų jaunąją kartą apriboti neteisėtą elgesį.

2022 m. apklausa iš esmės patvirtinamos ankstesniuose 2016 ir 2019 m. leidimuose nustatytos tendencijos, tačiau joje pateikiama daugiau įžvalgų apie jaunuolių suvokimą ir požiūrį šiuo metu, kai elektroninė prekyba ir skaitmeninis vartojimas labai išaugo, ir tai daro įtaką vartotojų elgsenai.

Tendencija, kad jaunimas pradėjo naudotis skaitmeniniu turiniu iš teisėtų šaltinių, buvo akivaizdžiai patvirtinta – vis daugiau jaunuolių teigė pirmenybę teikiantys teisėtoms alternatyvoms, o ne piratiniam turiniui.

Tačiau 21 proc. respondentų vis dar pripažįsta, kad per pastaruosius 12 mėnesių per specialius serverius, programėles ir socialinius tinklus sąmoningai naudojosi piratinio turiniu, ypač žiūrėdami filmus, televizijos serialus, klausydami muzikos ir stebėdami tiesioginius sporto renginius. Trečdalis jaunų vartotojų sunkiai atskiria teisėtą skaitmeninį turinį nuo piratinio arba jiems tai vis dažniau nesvarbu.

Kita vertus, padaugėjo sąmoningo suklastotų prekių pirkimo atvejų: 37 proc. jaunuolių patvirtino, kad per pastaruosius 12 mėnesių pirkė bent vieną suklastotą prekę (palyginti su 14 proc. 2019 m.).

Ši tendencija kelia nerimą, net jei patobulinus metodiką galima susidaryti tikslesnį vaizdą, palyginti su ankstesniais rezultatų suvestinės leidimais.

Panaši dalis jaunuolių klastotes įsigijo atsitiktinai ir pripažįsta, kad jiems sunku atskirti originalias prekes nuo suklastotų.

Nors respondentai vis dar mano, kad kaina yra pagrindinis veiksnys, skatinantis piratavimą arba klastojimą, vis didesnę reikšmę įgyja socialinė įtaka, pavyzdžiui, šeimos, draugų ir aplinkinių žmonių elgesys.

Svarstydami apie veiksnius, kurie galėtų paskatinti susimąstyti ir susilaikyti nuo intelektinės nuosavybės teisių pažeidimo, apklausoje dalyvavę jaunuoliai dažniau minėjo asmeninę kibernetinės grėsmės ar kibernetinio sukčiavimo riziką, taip pat geresnį supratimą apie tokių veiksmų neigiamą poveikį aplinkai ar visuomenei.

Ši nauja analizė turėtų tapti vertinga praktine priemone, padėsiančia suinteresuotiesiems subjektams, politikos formuotojams, taip pat pedagogams ir pilietinės visuomenės organizacijoms rengti informuotumo didinimo iniciatyvas, kad mūsų jaunieji piliečiai ir vartotojai galėtų priimti pagrįstus sprendimus.

Christian Archambeau
Executive Director
EUIPO



Santrauka

2022 m. intelektinės nuosavybės ir jaunimo srities rezultatų suvestinė

PAGRINDINIŲ IŠVADŲ SANTRAUKA

Šis 2022 m. tyrimas atliekamas po pirmojo ir antrojo Intelektinės nuosavybės ir jaunimo srities rezultatų suvestinės leidimų, paskelbtų 2016 ir 2019 m. Atliekant pirminį tyrimą konkrečiai buvo siekiama suprasti, kas labiausiai skatina arba trukdo įsigyti tiek teisėtai, tiek neteisėtai siūlomą internetinį skaitmeninį turinį arba fizines prekes. 2022 m. tyrime naudota sutrumpinta ir peržiūrėta 2019 m. apklausos klausimyno versija. Tyrimu buvo siekiama įvertinti požiūrio ir elgsenos pokyčius, įvykusius po 2019 m. tyrimo, ir gauti naujų bei išsamesnių įžvalgų, kuriomis būtų galima tiesiogiai pagrįsti atitinkamus politinius sprendimus. 2022 m. vasario 7–28 d. 27 ES valstybėse narėse buvo apklaustas 22 021 15–24 metų amžiaus jaunuolis. Šioje ataskaitoje išsamiai apžvelgiamos išvados ir, jei metodiškai įmanoma, jos lyginamos su 2019 ir 2016 m. gautais rezultatais.

Jaunimas vis dar dažnai naudojasi turiniu iš neteisėtų šaltinių ir internetu perka suklastotas fizines prekes.

Trečdalis (33 proc.) respondentų per pastaruosius 12 mėnesių naudojo, grojo, atsisiuntė ar transliavo turinį iš neteisėtų šaltinių. Iš jų 21 proc. tai darė sąmoningai, o 12 proc. – nesąmoningai. Nors šie rezultatai iš esmės atitinka 2019 m. rezultatus, jaunuolių, teigiančių, kad *nesinaudojo* turiniu iš neteisėtų šaltinių, padaugėjo dešimčia procentinių punktų (nuo 50 iki 60 proc.). Šis padidėjimas atitinka naujausios bendresnio pobūdžio literatūros duomenis.

Klautojimo atžvilgiu pažymėtina, kad kiek daugiau nei pusė (52 proc.) apklaustų jaunuolių per pastaruosius 12 mėnesių internetu pirkė bent vieną suklastotą prekę. Iš viso 37 proc. respondentų sąmoningai įsigijo suklastotą prekę ir tiek pat nesąmoningai (respondentai galėjo ir sąmoningai, ir nesąmoningai įsigyti tam tikros rūšies suklastotą prekę per pastaruosius 12 mėnesių). Nors šio klausimo rezultatai nėra tiesiogiai palyginami su ankstesnėmis apklausomis, jie rodo, kad nuo 2019 m., kai 14 proc. respondentų nurodė pirkę tokių prekių sąmoningai, o 12 proc. – nesąmoningai, suklastotų prekių pirkimas pastebimai išaugo. Tikėtina, kad šis pokytis atspindi tiek plačiai užfiksuotą padidėjusį apsipirkimą internetu COVID-19 pandemijos metu, tiek 2022 m. rezultatų suvestinės klausimo patobulinimus (išsamiai aprašytus 1.3 skirsnyje). Per pastaruosius 12 mėnesių respondentai dažniausiai pirkė tokias suklastotas prekes kaip drabužiai ir aksesuarai (17 proc.) bei avalynė (14 proc.).

Kaina tebėra svarbiausias veiksnys, skatinantis neteisėtai naudotis skaitmeniniu turiniu ir pirkti suklastotas prekes, tačiau vis daugiau reikšmės įgyja ir kiti veiksniai, ypač socialinė įtaka.

Atsižvelgiant į 2019 m. išvadas, pagrindinės priežastys, dėl kurių respondentai sąmoningai naudojami turiniu iš neteisėtų šaltinių, išliko mažesnė kaina ir didesnis pasirinkimas. 2022 m.

produkto įperkamumas taip pat buvo pagrindinis veiksnys, skatinantis sąmoningai pirkti suklastotas fizines prekes, o kiti veiksniai buvo paprasčiausias nesidomėjimas tuo, ar produktas yra suklastotas, įsitikinimas, kad nėra skirtumo tarp originalių ir suklastotų prekių, ir tai, kad suklastotas prekes lengva rasti ar užsisakyti internetu (18 proc.). Tuo pat metu tiek naudojimosi turiniu iš neteisėtų šaltinių, tiek suklastotų prekių pirkimo atveju padidėjo (atitinkamai 5 ir 6 procentiniais punktais) respondentų, nurodžiusių, kad „taip elgiasi mano draugai ar kiti mano pažįstami“, dalis, o tai rodo, kad socialinė įtaka tampa vis svarbesnė.

Specialios interneto svetainės buvo populiariausias būdas neteisėtai pasiekti daugumos rūšių skaitmeninį turinį.

Į 2022 m. apklausą įtrauktas naujas klausimas atskleidė, kad populiariausias prieigos kanalas daugumai turinio iš neteisėtų šaltinių rūšių pasiekti yra specialios interneto svetainės, ypač filmų (63 proc.) ir televizijos serialų (59 proc.) atveju. Kalbant apie muziką, populiariausias piratinio turinio prieigos kanalas buvo programėlės (39 proc.), o nuotraukų atveju populiariausias kanalas buvo socialiniai tinklai (36 proc.).

Galimybė įsigyti įperkamesnių originalių produktų ir (arba) turinio iš teisėtų šaltinių ir bausmės rizika tebėra vieni iš pagrindinių veiksnių, dėl kurių jaunuoliai atsisakytų neteisėtų alternatyvų. Tuo pat metu į 2022 m. apklausą įtraukti nauji atsakymų variantai nurodo kitus veiksnius, kurie gali paskatinti juos keisti savo elgesį.

Maždaug pusė teigusiu, kad naudojosi turiniu iš neteisėtų šaltinių, tvirtino, kad nustotų tai daryti, jei patirtų kibernetinę grėsmę (41 proc.) arba kibernetinį sukčiavimą (40 proc.), o 24 proc. teigė, kad taip pasielgtų, jei susidurtų su prastos kokybės turiniu. Maždaug trečdalis (31 proc.) respondentų, kurie pirko suklastotas prekes, teigė, kad nustotų tai daryti, jei gautų nekokybišką suklastotą prekę, o maždaug ketvirtadalis – jei patirtų kibernetinį sukčiavimą (23 proc.), kibernetinę grėsmę (21 proc.) ar gautų nesaugų arba pavojingą produktą (22 proc.). Panaši dalis respondentų teigė, kad jie nustotų tai daryti, jei geriau suprastų neigiamą tokių veiksmų poveikį aplinkai (19 proc.) arba visuomenei (17 proc.).

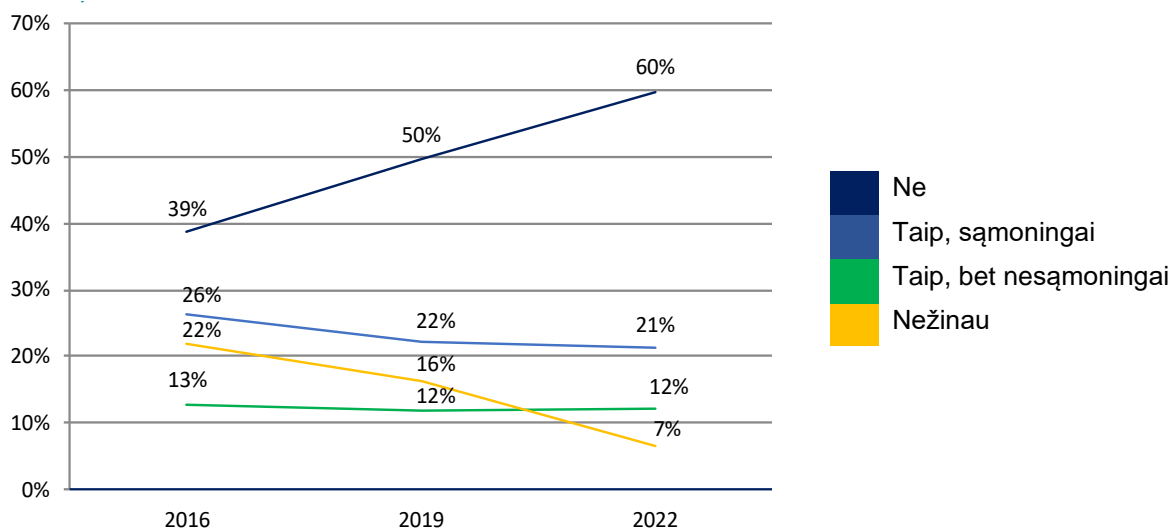
SKAITMENINIS TURINYS

Jaunuolių, kurie (sąmoningai ar nesąmoningai) naudojami turiniu iš neteisėtų šaltinių, dalis nuo 2019 m. išliko nepakitusi ir siekė 33 proc. Tuo pat metu asmenų, teigiančių, kad *nesinaudojo* tokiu turiniu, padaugėjo dešimčia procentinių punktų.

Kaip ir 2019 m. apklausoje trečdalis (33 proc.) respondentų per pastaruosius 12 mėnesių naudojo, grojo, atsisuntė ar transliavo turinį iš neteisėtų šaltinių – 21 proc. tai darė sąmoningai, o 12 proc. – nesąmoningai. Nors šie rezultatai iš esmės atitinka 2019 m. rezultatus, jaunuolių, teigiančių, kad *nesinaudojo* turiniu iš neteisėtų šaltinių, padaugėjo dešimčia procentinių punktų (nuo 50 iki 60 proc.). Tai atitinka bendresnio pobūdžio literatūrą, įskaitant 2020 m. tyrimą „Europos Sąjungos piliečiai ir intelektinė nuosavybė: suvokimas, sąmoningumas ir elgsena“, kuris parodė, kad respondentų, teigiančių, kad yra mokėję už

teisėtą skaitmeninį turinį, dalis, palyginti su 2017 m., padidėjo septyniolika procentinių punktų (nuo 25 proc. iki 42 proc. 2020 m.) (1.1 pav.).

1.1 pav. Teisėtas arba neteisėtas naudojimas skaitmeniniu turiniu



Kaip ir 2019 m., šiek tiek daugiau nei kas penktas (21 proc.) respondentas sąžiningai naudojami neteisėtais šaltiniais, kad pasiektų turinį.

Sąžiningas neteisėtų šaltinių naudojimas išliko didesnis nei vidutiniškai tarp vyrų ir aukštąjį išsilavinimą turinčių jaunuolių. Tuo pat metu tokio elgesio paplitimas įvairiose šalyse labai skyrėsi: nuo 29 proc. Belgijoje iki 12 proc. Vokietijoje. Pagrindinės skaitmeninio turinio rūšys, kurių buvo daugiausia ieškoma neteisėtuose šaltiniuose, buvo filmai (61 proc.), TV serialai ir (arba) laidos (52 proc.), kiek mažiau – muzika (36 proc.), programinė įranga (35 proc.), žaidimai (33 proc.), tiesioginiai sporto renginiai (35 proc.) ir e. knygos (32 proc.). Respondentų, kurie daugiausia naudojami *teisėtais* šaltiniais ieškodami bet kurios iš turinio rūšių, dalis buvo nuolat mažesnė nei 60 proc.

Populiariausias kanalas daugumai turinio iš neteisėtų šaltinių rūšių pasiekti buvo specialios interneto svetainės.

Į 2022 m. apklausą įtrauktas naujas klausimas atskleidė, kad populiariausias prieigos kanalas daugumai turinio iš neteisėtų šaltinių rūšių pasiekti yra specialios interneto svetainės, ypač filmų (63 proc.) ir televizijos serialų (59 proc.) atveju. Kalbant apie muziką, populiariausias piratinio turinio prieigos kanalas buvo programėlės (39 proc.), o nuotraukų atveju populiariausias kanalas buvo socialiniai tinklai (36 proc.).

Kaip ir per ankstesnius tyrimus, pagrindinė priežastis, dėl kurios respondentai sąžiningai naudojami turiniu iš neteisėtų šaltinių, buvo mažesnė turinio kaina, palyginti su turiniu iš teisėtų šaltinių (šią priežastį nurodė daugiau nei pusė (55 proc.) respondentų), kita priežastis –

norimas turinys buvo prieinamas tik neteisėtuose šaltiniuose (25 proc.) ir juose buvo didesnis pasirinkimas. Pažymėtina, kad iš 2022 m. apklausos rezultatų matyti, jog padaugėjo respondentų, teigiančių, kad „taip elgiasi mano draugai ar kiti mano pažįstami“ (nuo 12 proc. iki 17 proc.), o tai rodo, kad socialinė įtaka elgesiui tampa vis svarbesnė.

Pagrindinis veiksnys, kuris, jaunuolių teigimu, paskatintų juos nustoti sąmoningai naudotis turiniu iš neteisėtų šaltinių, būtų galimybė iš teisėtų šaltinių gauti daugiau įperkamesnio turinio. Kibernetinio sukčiavimo ir kibernetinės grėsmės galimybė buvo antras pagal dažnumą paminėtas veiksnys, galintis atgrasyti nuo naudojimosi neteisėtu turiniu.

Galimybė gauti įperkamesnio turinio iš teisėtų šaltinių buvo pagrindinis veiksnys, kuris, jaunuolių teigimu, paskatintų juos nustoti sąmoningai naudotis turiniu iš neteisėtų šaltinių – tai paminėjo beveik pusė (47 proc.) jaunuolių. Panaši dalis respondentų teigė, kad jie nustotų tai daryti, jei patirtų kibernetinę grėsmę (41 proc.) arba kibernetinį sukčiavimą (40 proc.), 29 proc. teigė, kad jie nebesinaudotų turiniu iš neteisėtų šaltinių, jei rizikuotų būti nubausti, o 24 proc. teigė, kad to nebedarytų, jei susidurtų su prastos kokybės turiniu.

Didelė dalis (69 proc.) respondentų, kurie nežinojo, ar naudojami turiniu iš neteisėtų šaltinių, teigė, kad neskiria teisėtų ir neteisėtų šaltinių, o 26 proc. teigė, kad jiems nesvarbu, ar šaltinis teisėtas, ar neteisėtas. Nors pirmasis rodiklis buvo 15 procentinių punktų mažesnis nei 2019 m., asmenų, teigiančių, kad jiems nesvarbu, dalis padidėjo 8 procentiniais punktais.

FIZINĖS PREKĖS

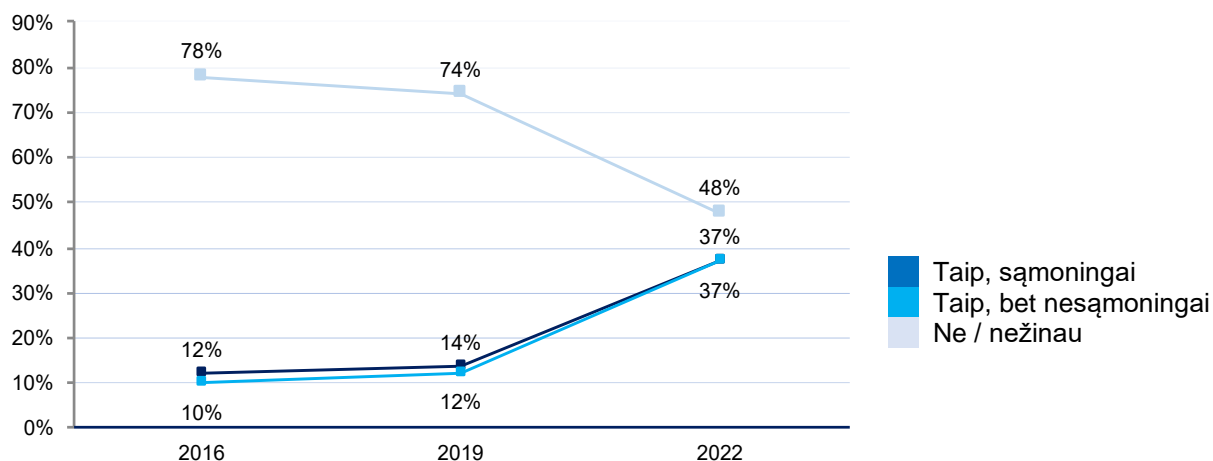
Nors beveik du trečdaliai (63 proc.) 2022 m. apklausoje dalyvavusių respondentų teigė, kad jiems gana lengva arba labai lengva atskirti teisėtus ir neteisėtus fizinių prekių šaltinius, maždaug trečdalis (31 proc.) respondentų ir toliau susiduria su sunkumais šioje srityje. Šie sunkumai ir toliau dažniausiai išskyla moterims, 15–17 metų amžiaus paaugliams ir žemiausio išsilavinimo asmenims.

Kiek daugiau nei pusė (52 proc.) respondentų per pastaruosius 12 mėnesių internetu pirko bent vieną suklastotą prekę.

Kiek daugiau nei pusė (52 proc.) respondentų per pastaruosius 12 mėnesių internetu pirko bent vieną suklastotą prekę. Iš viso 37 proc. respondentų sąmoningai įsigijo suklastotą prekę ir tiek pat nesąmoningai, o 48 proc. apklausos dalyvių tokių prekių nepirko arba nebuvo tikri, ar pirko (procentinių dalių suma nesudaro 100 proc., nes respondentai galėjo ir sąmoningai, ir nesąmoningai įsigyti suklastotą prekę per pastaruosius 12 mėnesių) (1.2 pav.). Nors šio klausimo rezultatai nėra tiesiogiai palyginami su ankstesnėmis apklausomis, jie rodo, kad nuo 2019 m., kai 14 proc. respondentų nurodė pirkę tokių prekių sąmoningai, o 12 proc. – nesąmoningai, suklastotų prekių pirkimas pastebimai išaugo. Tikėtina, kad šis pokytis atspindi tiek plačiai užfiksuotą padidėjusį apsipirkimą internetu COVID-19 pandemijos metu (ir galimą produktų trūkumą kai kuriose fizinėse parduotuvėse), tiek 2022 m. rezultatų suvestinės klausimo patobulinimus.

Ankstesniuose leidimuose respondentų buvo tiesiog klausama, ar jie pirko suklastotų prekių, o 2022 m. leidime jiems buvo pateiktas 12 konkrečių produktų kategorijų sąrašas ir buvo klausama, ar iš kiekvienos kategorijos jie ką nors pirko. Tikėtina, kad dėl pateikto sąrašo respondentai geriau prisiminė ankstesnius pirkinius, todėl jų elgsena taip pat buvo tiksliau įvertinta.

1.2 pav. Sąmoningas ir nesąmoningas suklastotų prekių pirkimas



Per pastaruosius 12 mėnesių respondentai daugiausia sąmoningai pirko tokias suklastotas prekes kaip drabužiai ir aksesuarai (17 proc.), avalynė (14 proc.), elektroniniai prietaisai (13 proc.) ir higienos, kosmetikos, asmens priežiūros produktai ir kvepalai (12 proc.). Daugiausia nesąmoningai nupirtų suklastotų prekių iš esmės buvo iš tų pačių prekių kategorijų.

Kaip ir 2016 bei 2019 m. jaunimo srities rezultatų suvestinėse, 2022 m. kaina išliko pagrindinis veiksnys, skatinantis sąmoningai pirkti suklastotas fizines prekes. Kiek mažiau nei pusė (48 proc.) respondentų, kurie per pastaruosius 12 mėnesių *sąmoningai* įsigijo suklastotų prekių, taip darė dėl to, kad suklastotos prekės buvo įperkamos arba pigesnės. Kiti veiksniai, kuriuos nurodė bent vienas iš penkių suklastotas prekes *sąmoningai* įsigijusių pirkėjų, buvo paprasčiausias nesidomėjimas tuo, ar produktas yra suklastotas (27 proc.), įsitikinimas, kad nėra skirtumo tarp originalių ir suklastotų prekių (24 proc.), ir tai, kad suklastotas prekes lengva rasti ar užsisakyti internetu (18 proc.). Nuo 2019 m. šešiais procentiniais punktais padaugėjo asmenų, nurodžiusių kitą priežastį – pažįstamų žmonių įtaką.

Beveik trečdalis respondentų, kurie per pastaruosius 12 mėnesių sąmoningai pirko suklastotas prekes, teigė, kad nustotų tai daryti, jei originalūs produktai būtų įperkamesni (31 proc.). Lygiai tiek pat respondentų teigė, kad nustotų pirkti suklastotas prekes, jei gautų nekokybišką suklastotą prekę (31 proc.), ir maždaug ketvirtadalis teigė, kad to nebedarytų, jei susidurtų su kibernetiniu sukčiavimu (23 proc.) arba kibernetine grėsme (21 proc.), jei šeimos nariai ir (arba) draugai (22 proc.) arba kiti asmenys (22 proc.) turėtų nemalonių patirčių su suklastota preke arba jei jie patys susidurtų su nesaugia ar pavojinga preke (22 proc.). Panaši dalis respondentų teigė, kad jie nustotų tai daryti, jei geriau suprastų neigiamą tokių veiksmų poveikį aplinkai (19 proc.) arba visuomenei (17 proc.).

Trys iš penkių (60 proc.) respondentų, kurie *nebuvo tikri*, ar per pastaruosius 12 mėnesių pirko suklastotų prekių, teigė, kad nesugebėjo atskirti originalių ir suklastotų produktų, o 39 proc.

respondentų teigė, kad jiems paprasčiausiai nebuvo svarbu, ar produktas yra originalus, ar suklastotas.

Maždaug ketvirtadalis (26 proc.) visų apklausos respondentų teigė nežinantys, ar per pastaruosius 12 mėnesių pirkė suklastotą prekę. Iš šios grupės dauguma (60 proc.) ir toliau teigė, kad nesugeba atskirti originalių ir suklastotų produktų, o 39 proc. teigė, kad jiems paprasčiausiai nesvarbu, ar produktas yra originalus, ar suklastotas. Pastarasis rodiklis buvo 8 procentiniais punktais didesnis nei 2019 m., o tai vėlgi gali rodyti, kad pirkti suklastotas prekes yra vis labiau socialiai priimtina.

KOMUNIKACIJA

Pranešimai apie asmeninį saugumą (pavyzdžiui, kaip išvengti kompiuterių virusų, kenkimo programinės įrangos ir sukčiavimo kredito kortelėmis) ir toliau labiausiai įtikina jaunuolius, kai svarstoma, kas galėtų juos atgrasyti nuo naudojimosi turiniu iš neteisėtų šaltinių ir suklastotų prekių pirkimo. Kalbant konkrečiai apie suklastotas prekes, paaiškėjo, kad pranešimai, susiję su neigiamu poveikiu visuomenei ar aplinkai, kai kuriems jaunuoliams taip pat pasirodė svarbūs.

Labiausiai tikėtina, kad respondentus prieš naudojant, grojant, atsisiunčiant ar transliuojant turinį iš neteisėto šaltinio susimąstyti paskatintų pranešimai apie pavojus, kad jų kompiuteris ar įrenginys gali būti užkrėstas virusais ar kenkimo programine įranga (53 proc.), kad gali būti pavogti jų kredito kortelių duomenys (49 proc.) arba kad jiems gali grėsti bausmė (36 proc.). Labiausiai tikėtina, kad jaunuolius nuo suklastotų prekių įsigijimo irgi atgrasytų pranešimai, susiję su rizika, kad gali būti pavogti jų kredito kortelių duomenys (43 proc.), taip pat tai, kad suklastotos prekės neturi garantijų (34 proc.), pranešimai apie kompiuterinių virusų ir (arba) kenkimo programinės įrangos riziką (34 proc.) ir galimybę patirti neigiamą poveikį sveikatai (31 proc.). Kai kuriems suklastotų prekių įsigijusiems respondentams, ypač labiausiai išsilavinusiems, pranešimai apie neigiamą poveikį visuomenei ar aplinkai taip pat buvo gana svarbūs (iš tiesų šie pranešimai buvo viena iš priežasčių, dėl kurių kiti respondentai *nepirko* suklastotų prekių).