

Duševné vlastníctvo a mládež Prehľad na rok 2022



Predslov

Duševné vlastníctvo a mládež – prehľad na rok 2022

Toto tretie vydanie prieskumu o duševnom vlastníctve a mládeži poskytuje vítané aktuálne informácie o správaní mladých ľudí vo veku od 15 do 24 rokov v celej Európskej únii, pokiaľ ide o porušovanie práv duševného vlastníctva. Objasňuje európske aj vnútroštátne faktory, ktoré mladých ľudí vedú k nakupovaniu falšovaného tovaru alebo využívaniu prístupu k digitálnemu obsahu z nelegálnych zdrojov, ale zároveň zdôrazňuje prvky, ktoré by mohli našu mladšiu generáciu viesť k obmedzovaniu porušujúceho správania.

Prieskum z roku 2022 do väčšej miery potvrdzuje trendy zistené v predchádzajúcich vydaniach z rokov 2016 a 2019, ale ponúka bohatšie poznatky o vnímaní a postojoch mladých ľudí v čase výrazného zvyšovania elektronického obchodu a digitálnej spotreby, ktoré ovplyvnilo správanie spotrebiteľov.

Trend využívania prístupu k digitálnemu obsahu z legálnych zdrojov jasne potvrdzuje stále sa zväčšujúca väčšina mladých ľudí, ktorí uviedli, že uprednostňujú legálne alternatívy pred pirátskym obsahom.

21 % respondentov však stále priznáva, že za posledných 12 mesiacov vedome využilo prístup k pirátskemu obsahu, najmä k filmom, televíznym seriálom, hudbe a priamym prenosom športových podujatí zo špecializovaných serverov, aplikácií a sociálnych médií. Tretina mladých spotrebiteľov má ťažkosti pri rozlišovaní legálneho digitálneho obsahu od pirátskeho obsahu alebo sa o tento rozdiel v čoraz väčšej miere nezaujíma.

Na druhej strane sa zvýšil vedomý nákup falšovaného tovaru, pričom 37 % mladých ľudí potvrdilo, že za posledných 12 mesiacov kúpilo aspoň jeden falšovaný výrobok (14 % v roku 2019).

Tento trend je znepokojujúci, aj keď presnejší obraz v porovnaní s predchádzajúcimi vydaniami prieskumu mohol byť výsledkom zlepšenia metodológie.

Podobný podiel mladistvých nakúpil falšovaný tovar nevedome, pričom priznáva, že je pre nich ťažké rozlíšiť pravé výrobky od falzifikátov.

Hoci respondenti stále vnímajú cenu ako hlavný relevantný faktor, ktorý ich zvädza k pirátstvu či falšovaniu, čoraz väčší vplyv začínajú nadobúdať aj sociálne vplyvy, ako je správanie rodiny, priateľov a ľudí okolo nich.

Pokiaľ ide o faktory, ktoré by ich mohli viesť k tomu, aby svoje konanie prehodnotili a prestali porušovať práva duševného vlastníctva, mladí ľudia v prieskume čoraz častejšie uvádzajú osobné riziká kybernetických hrozieb a podvodov, ako aj lepšie pochopenie negatívneho vplyvu na životné prostredie alebo spoločnosť.

Táto nová analýza by mala byť cenným nástrojom, ktorý by mal zainteresovaným stranám, tvorcom politik, ako aj pedagógom a organizáciám občianskej spoločnosti pomôcť formovať iniciatívy na zvyšovanie informovanosti s cieľom podporiť informované rozhodnutia našich mladých občanov a spotrebiteľov.

Christian Archambeau
Executive Director
EUIPO



Zhrnutie

Duševné vlastníctvo a mládež – prehľad na rok 2022

ZHRNUTIE HLAVNÝCH ZISTENÍ

Táto štúdia z roku 2022 nadväzuje na prvé a druhé vydanie prieskumu o duševnom vlastníctve a mládeži, ktorý bol uverejnený v rokoch 2016 a 2019. Osobitným cieľom pôvodného prieskumu bolo pochopiť, čo je najsilnejšou hnacou silou a najväčšou prekážkou pri získavaní digitálnych obsahov na internete alebo nákupe fyzického tovaru, ktorý je ponúkaný legálne aj nelegálne. Štúdia z roku 2022 vychádza zo skrátenej a revidovanej verzie dotazníka v rámci prieskumu z roku 2019. Jeho cieľom bolo posúdiť zmeny v postojoch a správaní od štúdie z roku 2019, ako aj získať nové a rozšírené poznatky, ktoré by mohli priamo informovať príslušné politické reakcie. Štúdia sa uskutočnila medzi 22 021 mladými ľuďmi (vo veku 15 – 24 rokov) v 27 členských štátoch EÚ od 7. do 28. februára 2022. V tejto správe sa uvádza podrobný prehľad zistení vrátane porovnaní s výsledkami získanými v rokoch 2019 a 2016, ak to metodológia umožňovala.

[Prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov a nákup falšovaného fyzického tovaru na internete sú naďalej bežnými praktikami mladých ľudí.](#)

Tretina respondentov (33 %) používala, prehrávala, sťahovala alebo priamo sledovala obsah z nelegálnych zdrojov za posledných 12 mesiacov. Z toho 21 % tak konalo vedome a 12 % nevedome. Hoci sú tieto výsledky vo veľkej miere v súlade s výsledkami z roku 2019, podiel mladých ľudí, ktorí tvrdia, že *nevyužívali* prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov, sa zvýšil o desať percentuálnych bodov (z 50 % na 60 %). Toto zvýšenie je v súlade so zisteniami zo všeobecnejšej najnovšej literatúry.

Pokiaľ ide o falšovanie, za posledných 12 mesiacov zakúpila aspoň polovica (52 %) opýtaných mladých ľudí cez internet aspoň jeden falšovaný výrobok. Celkovo 37 % kúpilo falošný výrobok vedome a rovnaký podiel nevedome (respondenti mohli v priebehu posledných 12 mesiacov nakúpiť konkrétny druh falšovaného výrobku vedome aj nevedome). Hoci výsledky tejto otázky nie sú priamo porovnateľné s predchádzajúcimi vlnami prieskumu, poukazujú na výrazné zvýšenie nákupu falšovaného tovaru od roku 2019, keď 14 % respondentov uviedlo, že takýto tovar kúpilo vedome a 12 % uviedlo, že takýto tovar kúpilo nevedome. Táto zmena je pravdepodobne dôsledkom všeobecne zdokumentovaného nárastu nakupovania cez internet počas pandémie ochorenia COVID-19, ako aj spresnenia otázky v prieskume z roku 2022 (podrobnosti sú uvedené v oddiele 1.3). Konkrétne druhy falšovaných výrobkov, ktoré respondenti za posledných 12 mesiacov nakupovali najčastejšie, boli odevy a doplnky (17 %), po ktorých nasledovala obuv (14 %).

Náklady sú naďalej najdôležitejším faktorom, ktorý motivuje k využívaniu nelegálneho prístupu k digitálnemu obsahu, ako aj k nákupu falšovaného tovaru, význam však nadobúdajú aj ďalšie faktory, najmä sociálne vplyvy.

V súlade so zisteniami z roku 2019 zostali hlavnými dôvodmi, prečo respondenti vedome využívali prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov, nižšie náklady a väčší výber. Cenová dostupnosť výrobkov bola takisto hlavným faktorom, ktorý viedol k vedomému nákupu falšovaného fyzického tovaru v roku 2022, pričom ďalšia v poradí bola skutočnosť, že respondenti sa jednoducho nezaujímal o to, či ide o falšovaný výrobok, ďalej presvedčenie, že neexistuje žiadny rozdiel medzi pravým a falšovaným tovarom a napokon jednoduchosť vyhľadania alebo objednávanie falzifikátov cez internet (18 %). Zároveň došlo k nárastu pokiaľ ide o prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov (o 5 percentuálnych bodov), ako aj o nákup falzifikátov (o 6 percentuálnych bodov) v podiele respondentov, ktorí uvádzajú, že „to robia aj priatelia alebo iné osoby“, čo poukazuje na rastúci význam sociálnych vplyvov.

Špecializované webové stránky boli najpopulárnejším spôsobom nelegálneho prístupu k väčšine druhov digitálneho obsahu.

Z novej otázky, ktorá bola doplnená do prieskumu z roku 2022, vyplynulo, že pri väčšine druhov obsahu z nelegálnych zdrojov boli najobľúbenejším spôsobom prístupu špecializované webové stránky, najmä v prípade filmov (63 %) a televíznych seriálov (59 %). V prípade hudby boli najpopulárnejším spôsobom prístupu k pirátskemu obsahu aplikácie (39 %) a v prípade fotografií boli najobľúbenejším spôsobom sociálne médiá (36 %).

Dostupnosť cenovo dostupnejších pravých výrobkov/právneho obsahu z legálnych zdrojov spolu s hrozbou trestu zostávajú medzi hlavnými faktormi, ktoré by viedli k tomu, aby mladí ľudia prestali využívať nelegálne alternatívy. Nové možnosti odpovede doplnené do prieskumu z roku 2022 zároveň poukazujú na iné faktory, ktoré by mohli zmeniť ich správanie.

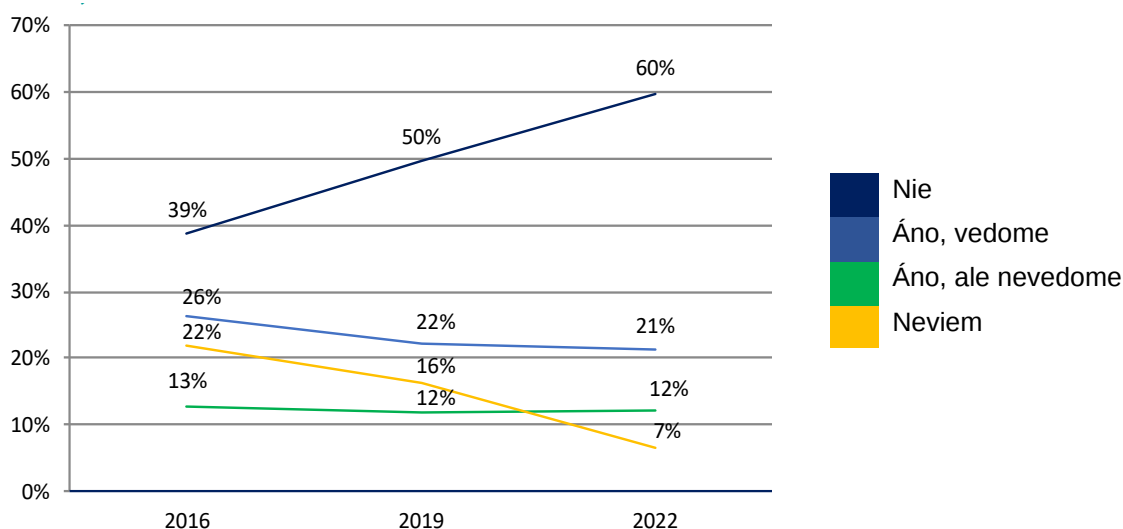
Približne polovica tých, ktorí uviedli, že využili prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov, tvrdila, že by prestala tento prístup využívať, ak by sa stretla s kybernetickou hrozbou (41 %) alebo kybernetickým podvodom (40 %), zatiaľ čo 24 % uviedlo, že by prestalo, ak by obsah nemal dostatočnú kvalitu. Spomedzi tých, ktorí kúpili falšované výrobky, približne tretina (31 %) uviedla, že by tieto výrobky prestala nakupovať, ak by falšované výrobky nemali dostatočnú kvalitu, a približne štvrtina uviedla, že by prestala, ak by sa stretla s kybernetickými podvodmi (23 %) alebo s kybernetickou hrozbou (21 %), alebo ak by sa stretla s riskantným alebo nebezpečným výrobkom (22 %). Podobný podiel uviedol, že by prestal, ak by lepšie rozumel negatívnym vplyvom na životné prostredie (19 %) alebo spoločnosť (17 %).

DIGITÁLNY OBSAH

Podiel mladých ľudí, ktorí využili prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov (vedome alebo nevedome), sa od roku 2019 drží stabilne na úrovni 33 %. Zároveň sa o desať percentuálnych bodov zvýšil podiel tých, ktorí tvrdia, že *vôbec* nevyužívali prístup k takémuto obsahu.

V súlade so zisteniami prieskumu z roku 2019 jedna tretina respondentov (33 %) používala, hrala, stiahla alebo priamo sledovala obsah z nelegálnych zdrojov za posledných 12 mesiacov, pričom 21 % tak urobilo vedome a 12 % nevedome. Hoci sú tieto výsledky vo veľkej miere v súlade s výsledkami z roku 2019, podiel mladých ľudí, ktorí tvrdia, že *nevyužívali* prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov, sa zvýšil o desať percentuálnych bodov (z 50 % na 60 %). Je to v súlade so všeobecnejšou literatúrou vrátane štúdie Európski občania a duševné vlastníctvo: vnímanie, informovanosť a správanie – 2020, v ktorej podiel respondentov, ktorí uviedli, že platili za legálny digitálny obsah, zaznamenal nárast o sedemnášť percentuálnych bodov v porovnaní s rokom 2017 (z 25 % na 42 % v roku 2020) (obrázok 1.1).

Obrázok 1.1: Prístup k digitálnemu obsahu – legálny alebo nelegálny



Tak ako v roku 2019, aj tentokrát o niečo viac ako jeden z piatich (21 %) respondentov *vedome* využil nelegálne zdroje na prístup k obsahu.

Vedomé využívanie nelegálnych zdrojov naďalej zostávalo vyššie ako priemer u mužov a mladých ľudí s vyšším stupňom vzdelania. Zároveň sa miera výskytu tohto správania v jednotlivých krajinách výrazne líšila, od 29 % v Belgicku po 12 % v Nemecku. Hlavnými druhmi digitálneho obsahu vyhľadávaného z nelegálnych zdrojov boli filmy (61 %), televízne seriály (52 %) a v menšej miere hudba (36 %), softvér (35 %), hry (33 %), priame prenosy športových podujatí (35 %) a elektronické knihy (32 %). Podiel respondentov, ktorí sa pri

niektorom z týchto druhov obsahu spoliehali najmä na *legálne* zdroje, bol konzistentne pod úrovňou 60 %.

V prípade väčšiny druhov obsahu z nelegálnych zdrojov boli najobľúbenejším spôsobom prístupu k obsahu špecializované webové stránky.

Z novej otázky, ktorá bola doplnená do prieskumu z roku 2022, vyplynulo, že pri väčšine druhov obsahu z nelegálnych zdrojov boli najobľúbenejším spôsobom prístupu špecializované webové stránky, najmä v prípade filmov (63 %) a televíznych seriálov (59 %). V prípade hudby boli najpopulárnejším spôsobom prístupu k pirátskemu obsahu aplikácie (39 %) a v prípade fotografií boli najobľúbenejším spôsobom sociálne médiá (36 %).

V súlade s predchádzajúcou vlnou prieskumu boli ako hlavný dôvod, prečo respondenti vedome využívali prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov, uvádzané nižšie náklady na obsah v porovnaní s obsahom z legálnych zdrojov, čo uviedla viac ako polovica respondentov (55 %), pričom ako druhá v poradí bola uvádzaná skutočnosť, že požadovaný obsah bol k dispozícii len z nelegálnych zdrojov (25 %) a väčšia možnosť výberu z takýchto zdrojov. Výsledky prieskumu v roku 2022 poukazujú najmä na zvýšenie podielu respondentov, ktorí tvrdia, že „to robia aj priatelia alebo iné osoby“ (z 12 % na 17 %), čo poukazuje na rastúci význam sociálnych vplyvov na správanie.

Mladí ľudia uvádzali ako hlavný faktor, ktorý by ich mohol viesť k tomu, že by prestali vedome využívať prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov, skutočnosť, že by bol k dispozícii cenovo dostupnejší obsah z legálnych zdrojov. Možnosť kybernetických podvodov a hrozieb bola druhým najčastejšie uvádzaným faktorom, ktorý by mohol mať odstrašujúci účinok.

Dostupnosť cenovo dostupnejšieho obsahu z legálnych zdrojov bola hlavným faktorom, pri ktorom mladí ľudia uvádzali, že by ich mohol viesť k tomu, aby vedome prestali využívať prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov – uviedla to takmer polovica (47 %) z nich. Podobný podiel sa vyjadril, že by možno prestal, ak by sa stretol s kybernetickými hrozbami (41 %) alebo s kybernetickými podvodmi (40 %), zatiaľ čo 29 % uviedlo, že by prestalo, ak by im hrozil trest, a 24 % uviedlo, že by prestalo, ak by dostupný obsah nebol v dostatočnej kvalite.

Spomedzi respondentov, ktorí nevedeli, či využívali prístup k obsahu z nelegálnych zdrojov, väčšina respondentov (69 %) naďalej uvádzala, že nevie rozlíšiť legálne od nelegálnych zdrojov, zatiaľ čo 26 % uviedlo, že ich nezaujímalo, či je zdroj legálny alebo nie. Zatiaľ čo prvý údaj bol nižší ako v roku 2019 (o 15 percentuálnych bodov), podiel respondentov, ktorí uviedli, že sa o legálnosť či nelegálnosť zdroja nezaujímali, bol vyšší (o 8 percentuálnych bodov).

FYZICKÝ TOVAR

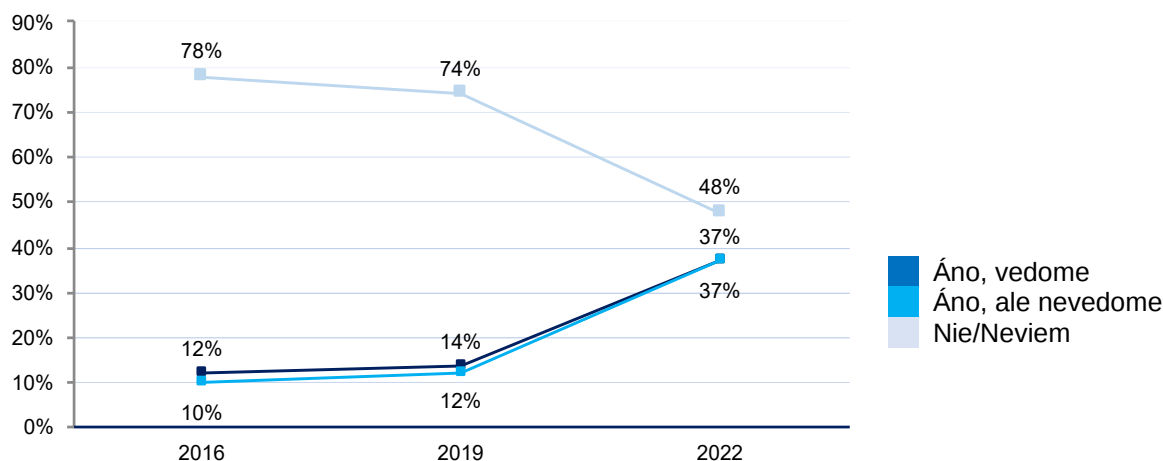
Zatiaľ čo takmer dve tretiny respondentov (63 %) v prieskume v roku 2022 uviedli, že považujú za pomerne jednoduché alebo veľmi jednoduché rozlišovať medzi legálnymi a nelegálnymi zdrojmi fyzického tovaru, približne tretina (31 %) v tejto súvislosti naďalej čelila problémom. Tieto problémy sa naďalej vyskytovali najviac u žien, mladistvých (vo veku 15 – 17 rokov) a osôb s najnižšou úrovňou vzdelania.

O niečo viac ako polovica všetkých respondentov (52 %) si cez internet zakúpila aspoň jeden falšovaný výrobok za posledných 12 mesiacov.

O niečo viac ako polovica všetkých respondentov (52 %) si cez internet zakúpila aspoň jeden falšovaný výrobok za posledných 12 mesiacov. Celkovo 37 % respondentov kúpilo falošný výrobok vedome a rovnaký podiel nevedome, zatiaľ čo 48 % nekúpilo žiadne takéto výrobky alebo si nebolo istých (súčet údajov nepredstavuje 100 %, keďže respondenti mohli v priebehu posledných 12 mesiacov nakúpiť falzifikáty vedome aj nevedome) (obrázok 1.2). Hoci výsledky tejto otázky nie sú priamo porovnateľné s predchádzajúcimi vlnami prieskumu, poukazujú na výrazné zvýšenie nákupu falšovaného tovaru od roku 2019, keď 14 % respondentov uviedlo, že takýto tovar kúpilo vedome a 12 % uviedlo, že takýto tovar kúpilo nevedome. Táto zmena je pravdepodobne dôsledkom všeobecne zdokumentovaného nárastu nakupovania cez internet počas pandémie ochorenia COVID-19 (a prípadného nedostatku výrobkov v niektorých kamenných predajniach), ako aj spresnenia otázky v prieskume z roku 2022.

Zatiaľ čo v predchádzajúcich vydaniach respondenti dostali jednoduchú otázku, či si kúpili falšovaný tovar, vo vydaní z roku 2022 im bol predložený zoznam 12 špecifických kategórií výrobkov a otázka, či si kúpili výrobok z niektorej z nich. Vďaka tomuto zoznamu si respondenti pravdepodobne lepšie spomenuli na minulé nákupy, čo viedlo k vytvoreniu presnejšieho obrazu o ich správani.

Obrázok 1.2: Vedomý a nevedomý nákup falšovaného tovaru



Vedomý nákup falzifikátov za posledných 12 mesiacov bol najvyšší v prípade odevov a doplnkov (17 %), po ktorých nasledovala obuv (14 %), elektronické zariadenia (13 %) a hygienické výrobky, kozmetika, výrobky osobnej starostlivosti a parfumsy (12 %). Nevedomý nákup falzifikátov bol najvyšší v prípade zhruba rovnakých kategórií výrobkov.

V súlade s výsledkami prieskumov o mládeži v rokoch 2016 a 2019 boli aj v roku 2022 náklady hlavným faktorom, ktorý viedol k vedomému nákupu falšovaného fyzického tovaru. O niečo menej ako polovica respondentov (48 %), ktorí za posledných 12 mesiacov *vedome* kúpili falzifikáty, tak robila z dôvodu cenovej dostupnosti alebo nižšej ceny. Iné faktory, ktoré uviedol aspoň každý piaty *vedome* kupujúci falšovaný tovar, bol jednoducho nezaujím o to, či ide o falšovaný výrobok (27 %), ďalej presvedčenie, že neexistuje žiadny rozdiel medzi

pravým a falšovaným tovarom (24 %) a napokon jednoduchosť vyhľadania alebo objednávanie falšovaných výrobkov cez internet (18 %). Od roku 2019 sa podiel respondentov, ktorí uvádzali iný dôvod, zvýšil o šesť percentuálnych bodov – išlo pritom o vplyv ľudí, ktorých poznali.

Takmer tretina respondentov, ktorí za posledných 12 mesiacov vedome kúpili falzifikáty, uviedla, že by prestala, ak by boli k dispozícii cenovo dostupnejšie pravé výrobky (31 %). Rovnaký podiel uviedol, že by prestal, ak by sa stretol s nekvalitným falzifikátom (31 %) a približne štvrtina uviedla, že by prestala, ak by sa stretla s kybernetickým podvodom (23 %) alebo s kybernetickou hrozbou (21 %), ak by rodina/priatelia (22 %) alebo iní (22 %) mali zlé skúsenosti s falšovaným výrobkom, alebo ak by sa stretli s riskantným alebo nebezpečným výrobkom (22 %). Podobný podiel uviedol, že by prestal, ak by lepšie rozumel negatívnym vplyvom na životné prostredie (19 %) alebo spoločnosť (17 %).

Pri respondentoch, ktorí si *neboli istí*, či za posledných 12 mesiacov kúpili falzifikáty, traja z piatich (60 %) uviedli, že nedokážu rozlíšiť pravé od falšovaných výrobkov, a 39 % uviedlo, že ich jednoducho nezaujímajú, či je výrobok pravý alebo falšovaný.

Približne štvrtina (26 %) všetkých respondentov prieskumu uviedla, že nevie, či za posledných 12 mesiacov kúpila falšovaný tovar. Väčšina (60 %) z tejto skupiny okrem toho uviedla, že nedokázala rozlíšiť pravé od falšovaných výrobkov, zatiaľ čo 39 % uviedlo, že ich jednoducho nezaujímalo, či je výrobok pravý alebo falšovaný. Tento údaj bol o 8 percentuálnych bodov vyšší ako v roku 2019, čo môže opäť poukazovať na rastúcu spoločenskú prijateľnosť nákupu falzifikátov.

KOMUNIKÁCIA

Správy o osobnej bezpečnosti (napríklad pokiaľ ide o ochranu pred počítačovými vírusmi, malvérom a podvodom s kreditnými kartami) sú pre mladých ľudí naďalej najpresvedčivejšie, pokiaľ ide o to, čo by ich mohlo odradiť od využívania prístupu k obsahu z nelegálnych zdrojov, ako aj od nákupu falzifikátov. Pokiaľ ide konkrétne o falzifikáty, zdá sa, že správy týkajúce sa negatívnych sociálnych alebo environmentálnych vplyvov takisto nachádzajú odozvu u niektorých segmentov mladých ľudí.

Správy, pri ktorých by respondenti s najväčšou pravdepodobnosťou prehodnotili používanie, hranie, sťahovanie alebo priame sledovanie obsahu z nelegálneho zdroja, by sa týkali rizika, že by ich počítač alebo zariadenie boli infikované vírusmi alebo malvérom (53 %), riziko ukradnutia ich údajov o kreditných kartách (49 %) alebo hroziaca možnosť trestu (36 %). Podobne aj správy, ktoré by s najväčšou pravdepodobnosťou odrádzali mladých ľudí od nákupu falšovaného tovaru, by sa týkali rizika krádeže ich údajov o kreditných kartách (43 %), ďalej absencie záruky pri falšovaných výrobkoch (34 %), rizika počítačových vírusov/malvéru (34 %) a možnosti negatívneho vplyvu na zdravie (31 %). Zdá sa, že v prípade niektorých segmentov respondentov, ktorí kupovali falzifikáty – najmä v prípade respondentov s najvyšším vzdelaním – správy o negatívnych spoločenských alebo environmentálnych vplyvoch tiež do určitej miery nachádzali odozvu (a rovnako sa vyskytovali aj medzi dôvodmi, ktoré ostatní respondenti uviedli ako dôvody toho, že si *nezakúpili* falzifikáty).