Thomas Rakebrand

„Gehört das dann der Welt oder YouTube?“

Junge Erwachsene und ihr Verständnis vom Urheberrecht im Web 2.0

kopaed
internet
studien

Thomas Rakebrand

„Gehört das dann der Welt oder YouTube?“

Thomas Rakebrand

„Gehört das dann der Welt oder YouTube?“

Junge Erwachsene und ihr Verständnis vom Urheberrecht im Web 2.0

kopaed (muenchen)
www.kopaed.de

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar

ISBN 978-3-86736-232-0

Druck: docupoint, Barleben

© kopaed 2014
Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München
Fon: 089. 688 900 98 Fax: 089. 689 19 12
e-mail: info@kopaed.de Internet: www.kopaed.de

Inhaltsverzeichnis

1 Hintergrund der Studie und Struktur der Publikation ... 9
2 Erkenntnisinteresse ... 15
3 Untersuchungsgegenstand ... 21
3.1 Urheberrecht ... 21
3.1.1 Zum Wandel des Urheberrechts ... 21
3.1.2 Urheber und Werk ... 23
3.1.3 Urheberrecht in Bezug auf User Generated Content ... 24
3.1.3.1 Betroffene Urheber- und Leistungsschutzrechte ... 27
3.1.3.2 Urheberrechtsrelevante Vorgänge ... 29
3.1.3.2 Schrankenregelungen ... 30
3.2 Debatten um Urheberrecht und urheberrechtliche Bestimmungen ... 31
3.2.1 Gesetzgebung und Rechtsprechung ... 32
3.2.2 Wissenschaftlicher Diskurs ... 34
3.2.3 Journalistische Medienberichterstattung ... 35
3.2.4 Prosumer in den Netzöffentlichkeiten ... 37
3.2.5 Werkschaffende und Rechte verwertende Industrie ... 37
3.3 Forschungsstand ... 38
3.3.1 Analyse aus den Rechtswissenschaften ... 39
3.3.2 Empirische Studien ... 40
3.3.3 Metaanalyse aus den Wirtschaftswissenschaften ... 45
4 Theoretische Ansätze, Begriffe und Prämissen ... 49
4.1 Moral(-entwicklung) und Normen ... 49
4.2 ‚Junge Erwachsene‘ und Identitätsbildungsprozesse ... 52
4.3 ‚Medienbezogene‘ Ansätze ... 55
4.3.1 Mediensozialisation ... 56
4.3.2 Medienaneignung ... 57
4.3.3 Medienkompetenz ... 59
4.4 Sinn verstehen und bewahren als Prämissen subjektorientierter Forschung 60
5 Untersuchungsdesign ... 63
5.1 Setzungen für die Untersuchungsgruppe ... 63
5.2 Rekrutierung ... 64
5.3 Übersicht der Materialien zur Erhebung und Auswertung ... 67
6 Erhebungsmethoden und -verfahren ... 69
6.1 Design und Prämissen der Erhebung ... 69
6.2 Fragebogen für Rekrutierung und Kontextinformationen ... 70
6.3 Gruppendiskussionen ... 71
6.4 Fokussierte leitfadengestützte Interviews ... 73
7 Aufbereitung, Analyse- und Interpretationsverfahren ... 77
8 Ergebnisdarstellung ... 81

8.1 Beschreibungen der Gruppen und Einzelfälle 81
8.2 Zum Verständnis vom Urheberrecht: Beantwortung der Forschungsfragen 87
9 Reflexion und Ausblick 117
Literatur 123

Hinweis zu der in der vorliegenden Publikation verwendeten Sprache

Der Autor dieser Publikation vertritt einen gendersensiblen Ansatz. Es wird entgegen einer heteronormativen Denkweise die Existenz eines Kontinuums von (sozialen und biologischen) Geschlechtern und Geschlechtsidentitäten angenommen. Daraus folgend wurden die empirischen Erhebungsinstrumente der vorliegenden Studie (v. a. die Fragebögen) in einer gendersensiblen und zugleich an den Subjekten orientierten Sprache formuliert. So wurde etwa statt die ‚Nutzer' als Äquivalent die ‚NutzerInnen' verwendet. In der Publikation selbst findet diese Form des sogenannten ‚Genderns' jedoch keine Anwendung. Der Autor ist der Ansicht, dass jedwede Versuche der künstlichen Anpassung der Schriftsprache (wie beispielsweise die ‚Nutzer*innen') keine Verbesserung im Sinne einer Gendersensibilität darstellen, sondern im Gegenteil dazu führen, dass vermeintlich ‚männliche' und ‚weibliche' Pole besonders hervorgehoben werden. Diese haben für die Ergebnisse der empirischen Untersuchung jedoch keine Bedeutung. Daher wird bei der Verwendung des Plurals für die sprachliche Bezeichnung mehrerer Individuen einzig eine vermeintlich ‚männliche', jedoch von zugeschriebenen Geschlechtern unabhängige Form genutzt.

1 Hintergrund der Studie und Struktur der Publikation

„ACTA ad acta gelegt“[1] titelte im Juli 2012 das Online-Nachrichtenmagazin *n-tv.de* über die Ablehnung des *EU*-Parlaments zum ‚Anti-counterfeiting Trade Agreement‘. Gegner des umstrittenen internationalen Urheberrechtsabkommens fürchteten um die Freiheit im Internet und warnten vor Einschränkungen der Bürger- und Verbraucherrechte, während sich die Befürworter um den Schutz des geistigen Eigentums, respektive um die Ausmaße des wirtschaftlichen Schadens durch Produkt- und Markenpiraterie sorgten. Massenhafte Proteste im Internet und europaweit auf der Straße stoppten das Vorhaben vorzeitig. Nicht verhindert wurde hingegen das Inkrafttreten des achten ‚Gesetzes zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes‘ vom 7. Mai 2013, mit dem ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger eingeführt wurde (gemäß § 87e bis h UrhG). Somit obliegt es ausschließlich den Verlagen, ihre Presseerzeugnisse im Internet zu gewerblichen Zwecken zugänglich zu machen (Bundesgesetzblatt 2013a). Auch die inzwischen nicht mehr online verfügbare Internetkampagne ‚Verteidige dein Netz‘ des weltweit agierenden *Google*-Konzerns konnte „im Namen der Meinungsfreiheit“[2], wie das Online-Unternehmen suggerierte, keinen zu ‚ACTA‘ vergleichbaren Protest evozieren. Für einen kurzzeitigen Eklat sorgte im Januar 2013 auch die Nachricht, dass erstmals in Deutschland ein Nutzer des sozialen Online-Netzwerks *Facebook* abgemahnt worden war, „weil auf der von ihm mit Inhalten gefüllten Facebook-Seite in der Vorschau eines von ihm geteilten Links ein urheberrechtlich geschütztes Bild zu sehen war“[3]. Wie in der Ergebnisdarstellung der vorliegenden empirischen Analyse gezeigt wird, standen die untersuchten jungen Erwachsenen eben dieser Abmahnungspraxis bei *Facebook* durchweg ablehnend gegenüber.

Die genannten Beispiele verdeutlichen, dass das deutsche Urheberrecht im Zeitalter der wachsenden Online-Nutzung[4] permanenten, v. a. auf das Internet bezogenen Anpassungsbestrebungen der Gesetzgebung unterliegt, die jedoch nicht von allen Beteiligten positiv aufgefasst werden. Es scheint, betrachtet man die Debatten der letzten Jahre, einen Richtungsstreit zu geben: Während die einen mehr Freiheit im Netz fordern und das Urheberrecht zugunsten der Erstellung von „User Generated Content“[5] (Bauer 2011: 26) − d. h. von Nutzern erstellten und veröffentlichten Inhalten im Internet − reformieren wollen, betonen andere den Schutz des geistigen Eigentums

[1] http://www.n-tv.de/politik/ACTA-ad-acta-gelegt-article6650201.html [letzter Zugriff: 13.10.2013].

[2] http://www.google.de/campaigns/deinnetz/informieren/ [letzter Zugriff: 20.01.2013; Webseite nicht mehr verfügbar].

[3] http://newsticker.sueddeutsche.de/list/id/1402485 [letzter Zugriff: 13.10.2013].

[4] Die gelegentliche Online-Nutzung der Deutschen ab 14 Jahren nahm von 6,5% im Jahr 1997 stetig auf 77,2% im Jahr 2013 zu (vgl. http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=394 [letzter Zugriff: 13.10.2013]).

[5] Der etablierte Begriff ‚User Generated Content‘ wird im Kapitel zum Untersuchungsgegenstand an gegebener Stelle (siehe 3.1.3) ausführlich definiert. Gemeint sind damit sogenannte ‚nutzergenerierte‘, online verfügbare Inhalte.

und insbesondere der Verwertungsrechte. ‚Deviantes' Handeln von Internetnutzern wird aus dieser Perspektive als Angriff auf Kultur und Wirtschaft begriffen und aus ökonomischen Gesichtspunkten von einer „digitalen Piraterie" (Santangelo 2011: 5) gesprochen.

Der derzeitige Forschungsstand zum urheberrechts*relevanten* bzw. urheberrechts*bezogenen*[6] Medienhandeln im Web 2.0[7] weist − sowohl innerhalb einzelner wissenschaftlicher Disziplinen als auch zwischen diesen − Lücken auf. Obgleich Rechts-, Geistes-, Sozial- und auch Wirtschaftswissenschaften gleichermaßen Interesse an wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen haben, gibt es kaum interdisziplinäre Studien, da sich die verschiedenen Gebiete gegenseitig weder sprachlich, methodisch noch fachlich verstünden und somit ein Diskurs erschwert werde (Jaeger 2012: 2f.). Analysen stammen überwiegend aus den Rechtswissenschaften (z. B. Bauer 2011; Kreutzer 2011; Santangelo 2011), denen es jedoch merklich an empirischen Grundlagen fehlt. Auf Empirie beruhende Studien zum Urheberrecht werden hingegen von Interessenverbänden der Industrie (z. B. Börsenverein des Deutschen Buchhandels 2010; GfK 2012; Martens et al. 2012) oder durch sonstige wirtschafts- bzw. marktorientierte Auftragsforschung (z. B. Institut für Demoskopie Allensbach 2012; Schwartmann 2012) initiiert. Die geistes- und sozialwissenschaftliche Forschung stecke mit den Worten von Hofmann et al. (2012) dahingehend „in den Kinderschuhen". Nachholbedarf gibt es in den Kommunikations- und Medienwissenschaften − und damit auch in der Medienpädagogik als Teildisziplin, in der das Thema Urheberrecht empirisch bisher nur als Randphänomen betrachtet wurde (z. B. Rakebrand et al. 2012; Schemmerling / Gerlicher 2013). In einer unveröffentlichten Analyse des Autors im Rahmen einer Forschungsbeteiligung am Projekt *Medienkonvergenz Monitoring*[8] konnte immerhin eruiert werden, dass 12- bis 19-jährigen Jugendlichen die Bestimmungen des deutschen Urheberrechts kaum bekannt sind und dass sie es mitunter aufgrund seiner Komplexität nicht durchdringen können und in ihrem Internethandeln kaum beachten (siehe auch 3.3.2). Darüber hinaus wurde in wenigen Fachartikeln (z. B. Berger 2012; Fischer 2011; Haupt 2011) gefordert, Urheberrechtsverletzungen in der me-

[6] Internetnutzer verbinden mit ihrem Internethandeln − ob bewusst oder unbewusst − bestimmte Absichten. Nach der Definition des Autors der vorliegenden Publikation sind diese als u*rheberrechtsrelevant* zu bezeichnen, insofern sie urheberrechtliche Bestimmungen formal tangieren. Als *urheberrechtsbezogen* sind sie hingegen zu bezeichnen, wenn sich die Nutzer bei ihrem Internethandeln selbst explizit auf Urheberrecht bzw. urheberrechtliche Bestimmungen beziehen.

[7] Der Begriff ‚Web 2.0' wird im Kapitel zum Untersuchungsgegenstand an gegebener Stelle (siehe 3.1.3) definiert.

[8] Im Zeitraum von 2003 bis 2013 wurde das konvergente Medienhandeln Jugendlicher im Alter von 12 bis 19 Jahren untersucht − zunächst als begleitendes Monitoring und ab 2007 als eigenständiges Projekt von verschiedenen Forschungsteams um Prof. Dr. Bernd Schorb an *der Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung* der *Universität Leipzig*. Als Beteiligter am Forschungsprojekt analysierte der Autor der vorliegenden Publikation das empirische Material u. a. in Hinsicht auf das Verständnis Jugendlicher vom deutschen Urheberrecht im Web 2.0.

dienpädagogischen Praxis zu vermeiden und sich als Akteure der (Medien-) Bildung an den öffentlichen Debatten zu beteiligen.

Auf (teils un-)verlässlichen Forschungsergebnissen basierende ‚Handlungsempfehlungen' stammen zu großer Zahl aus der Rechtswissenschaft, in der i. d. R. eine Anpassung einzelner Rechtsnormen an die Digitalisierung der Medien gefordert wird, da bestimmte Bedürfnisse von Internetnutzern *angenommen* werden. Rechtswissenschaftler sind bemüht, aus der Sicht ihrer Zielgruppe zu argumentieren − ohne jedoch bei ihren Analysen jemals *methodisch* mit dieser in Kontakt zu treten (wie z. B. Bauer 2011; Kreutzer 2011). Des Weiteren werden in den Bereichen der Wirtschaft und Industrie Analysen in Auftrag gegeben. Die Validität der − i. d. R. marktorientierten − Forschungsergebnisse gibt zu denken: So konstatiert die ‚Vergleichende Studie über Modelle zur Versendung von Warnhinweisen durch Internet-Zugangsanbieter an Nutzer bei Urheberrechtsverletzungen' (Schwartmann 2012) fehlende Sanktionsmöglichkeiten und eine mangelnde Aufklärung von Internetnutzern. Die Metaanalyse im Auftrag des *Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie* nimmt u. a. Rückgriff auf die Erkenntnisse der *DCN-Studie* (‚Studie zur digitalen Content-Nutzung'), die für den *Bundesverband Musikindustrie e. V.,* den *Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen e. V.* und den *Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.* jährlich als ‚repräsentativ' deklarierte Daten zum Mediennutzungsverhalten und zu Konsumenteneinstellungen zu Urheberrechtsverletzungen quantitativ erfasst (vgl. GfK 2012: 4). Bei genauer Betrachtung entpuppen sich die Ergebnisse der *DCN-Studie* aus dem Jahr 2012 durch die gewählten Frageformulierungen und Items jedoch als nicht valide. Die Untersuchung scheint die Wunschvorstellungen der Vereine, die sie in Auftrag gaben, zu spiegeln.[9] Dennoch empfiehlt Schwartman (2012) in Folge seiner Sichtung des urheberrechtsbezogenen Forschungsstands Warnhinweise im Internet. Als direkte Reaktion auf seine Metaanalyse veröffentlichte der *Digitale Gesellschaft e. V.* einen sogenannten ‚Schattenbericht', in dem die Vorzüge von Warnhinweismodellen aufgrund der Einschränkung von Grundrechten in Frage gestellt werden (vgl. Digitale Gesellschaft 2012).

Zu konstatieren ist schließlich ein genereller Mangel im Erkenntnisinteresse bisheriger Studien, die sich mit dem Urheberrecht bezüglich User Generated Content im Web 2.0 auseinandergesetzt haben. Diese haben bislang versäumt, sich (auch) an den Subjekten zu orientieren, sie also in den Mittelpunkt der Untersuchung zu rücken und ihnen Raum für Artikulationen zu bieten. Es muss dringend eruiert werden, was Internetnutzer unter Urheberrecht verstehen, welche persönlichen Erfahrungen sie damit (im Netz) gemacht haben, wie sie es bewerten und welche Beweggründe ihr urheberrechtsbezogenes Internethandeln hat. Es muss reflektiert werden, welches *Verständnis* Internetnutzer vom für sie als ‚abstrakt' und ‚komplex' wahrgenomme-

[9] So werden rechtlich inkorrekte Definitionen von legalen und illegalen Downloadmöglichkeiten bzw. Downloadmöglichkeiten in der ‚Grauzone' aufgestellt und die Befragten darauf basierend als ‚legale' und ‚illegale Downloader' sowie ‚Mischverwender' stigmatisiert (vgl. GfK 2012: 24).

nen Begriff des Urheberrechts haben (vgl. hierzu u. a. Bauer 2011: 87; Schemmerling / Gerlicher 2013: 121f.; Schwartmann 2012: 303; siehe dazu auch Analysen des *Medienkonvergenz Monitorings*, 3.3.2).

Die mangelnde Orientierung an den Subjekten, über die man Aussagen treffen will, macht sich schließlich auch darin bemerkbar, dass v. a. Urheberrechts*verletzungen* im Zentrum des Erkenntnisinteresses stehen. Forscher vorinterpretieren urheberrechtliche Bestimmungen als geltende und zwingend zu beachtende Dekrete. Sie projizieren ihre eigene Auffassung auf ein ‚richtiges' Soll-Verhalten ihrer Zielgruppe und verorten ‚deviantes' Denken und Handeln als unzulässigen, zu korrigierenden Verstoß. Subjekte, die das Urheberrecht nicht beachten, werden somit zu Tätern stigmatisiert. Dabei wird vernachlässigt, dass das deutsche ‚Urheberrechtsgesetz' (UrhG) ein Konglomerat äußerer Setzungen ist, die jedoch keineswegs auf gleichberechtigten Aushandlungsprozessen der gesellschaftlichen Akteure beruhen und deren Legitimierung daher in Frage zu stellen ist. So werden Forderungen laut, das Urheberrecht oder bestimmte Aspekte grundsätzlich zu reformieren, während neue Gesetzesentwürfe darauf beruhen, die bereits bestehenden Bestimmungen den medialen (technischen) Entwicklungen „der neuen digitalen Welt" (Kreutzer 2011: 4) bzw. den damit einhergehenden wirtschaftlichen Erfordernissen anzupassen und den Kern des Urheberrechts somit zu konservieren (vgl. Bauer 2011: 96; Kreutzer 2011: 4). Die urheberrechtlichen Bestimmungen werden v. a. aus dieser Monoperspektive heraus geprägt und u. a. mit ebenso monoperspektivischen Erkenntnissen aus dem Forschungsbereich der Wirtschaft und Industrie gestützt.

Aus Sicht des Autors dieser Publikation ist es unerlässlich, der Thematik mit unvoreingenommenem Blick zu begegnen, um nicht von vornherein die Ergebnisse einer Untersuchung zu verzerren. Es soll schließlich nicht die eigene (medienpädagogische) Sichtweise bestätigt, sondern die der untersuchten Subjekte ergründet werden.[10] So fragte eine junge Erwachsene, die im Rahmen der vorliegenden empirischen Studie an einer Gruppendiskussion teilnahm: „Gehört das dann der Welt oder YouTube?" Die Gruppe versuchte daraufhin auszuhandeln, wie geistiges Eigentum im Internet einzuschätzen sei − ob als freies immaterielles Gut im liberalisierten Netz oder als an die Betreiber von Online-Plattformen für immer verwirktes Recht. Ihre Antworten unvoreingenommen zu eruieren, war das Ziel dieser Studie. Nur unter Einbezug der subjektiven Sichtweisen der Untersuchten ist es legitim, (medienpädagogische oder sonstige) Handlungsempfehlungen zu formulieren und damit die aktuellen Debatten um Urheberrecht im Zeitalter der zunehmenden Online-Nutzung um einen dringend erforderlichen subjektorientierten Beitrag der Sozialwissenschaft zu ergänzen. Grund-

[10] Trotz der reflexiven Perspektive auf die zu Wort kommenden Subjekte muss an dieser Stelle jedoch relativierend festgestellt werden, dass jeder Mensch − damit auch jeder Forscher − stets einen eigenen subjektiven Blick auf die jeweiligen Untersuchungsgegenstände hat, sodass keinesfalls von ‚Objektivität' oder ‚Neutralität' ausgegangen werden kann. Die Konzeption, Durchführung und Auswertung der vorliegenden empirischen Untersuchung wurde auch in keinem intersubjektiv agierenden und diskutierenden Forschungsteam vorgenommen.

sätzlich muss eine Sensibilität dafür geschaffen werden, dass ein nicht rechtskonformes Verständnis von Subjekten nicht zwangsläufig zu Gunsten des aktuell geltenden Urheberrechts geändert werden muss, um in der Breite der Gesellschaft eine rechtskonforme Mediennutzung sicherzustellen. Denn um dieses Ziel zu erreichen, könnten schließlich auch die rechtlichen Bestimmungen an das jeweilige Verständnis der Subjekte angepasst werden. Dazu müssen *alle* Akteure, die vom Urheberrecht potenziell betroffen bzw. daran beteiligt sind, in einen richtungsoffenen Diskurs einbezogen werden.

Struktur der Publikation

Zunächst werden das Erkenntnisinteresse und die darauf basierenden Forschungsfragen vorgestellt (siehe 2). Sie begründen das konkrete Vorgehen bei der empirischen Untersuchung. Die Formulierungen und Erläuterungen der Forschungsfragen basieren wesentlich auf einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Untersuchungsgegenstand (siehe 3): So war es erforderlich, sich zu Beginn mit dem ‚Urheberrechtsgesetz' als solchem zu beschäftigen, dessen Entstehungsgeschichte und Wandel sowie grundlegende Begriffe und Bestimmungen in Erfahrung zu bringen und diese auf das Web 2.0 bzw. auf User Generated Content und die dafür urheberrechtsrelevanten Vorgänge einzugrenzen[11] (siehe 3.1). Die zentralen Ergebnisse der Recherchen werden in der vorliegenden Publikation dargestellt, da sie für die Leser eine wichtige Orientierung bieten, um die Ergebnisse der Untersuchung einordnen zu können. In einem weiteren Schritt wurde versucht, sich einen Überblick über die aktuell geführten Debatten bezüglich des Urheberrechts zu verschaffen, um auf diese Weise möglichst viele Perspektiven nachvollziehen zu können − so die der Gesetzgebung und Rechtsprechung, der Wissenschaft, der journalistischen Medienberichterstattung, der „Prosumer"[12] (Bauer 2011: 380) in den Netzöffentlichkeiten sowie der Werkschaffenden und der Werke verwertenden Industrie (siehe 3.2). Wesentlich trug auch eine Analyse des Forschungsstands (siehe 3.3), zu dem in diesem Kapitel bereits einiges geschrieben wurde, zur Formulierung der Forschungsfragen − sowie zu der Konzeption der empirischen Erhebung und Auswertung − bei. Dargestellt und kritisch eingeordnet werden ausgewählte, besonders prägnante Analysen: Analysen aus den Rechtswissenschaften, empirische Untersuchungen der Werke verwertenden Industrie

[11] Die Komplexität der Thematik erforderte es, eine Eingrenzung vorzunehmen. User Generated Content schien dazu geeignet zu sein, da die Veröffentlichung nutzergenerierter Inhalte im Internet einen urheberrechtsrelevanten Vorgang darstellt, der entweder direkt durch die Nutzer selbst stattfindet oder indirekt durch die Nutzung der von anderen Nutzern ins Internet gestellten Inhalte (eine ausgiebige Erläuterung der Eingrenzung erfolgt unter 3.1.3).

[12] Der Begriff ‚Prosumer' setzt sich aus den beiden Tätigkeiten ‚Produzieren' und ‚Konsumieren' zusammen. Internetnutzer rezipieren einerseits Online-Inhalte, andererseits generieren und veröffentlichen sie diese auch selbst im Internet.