



Die ambivalente Bedeutung des Urheberrechts  
für die Gestaltung des Internets als „Klangraum“  
Eine kritische Betrachtung der  
urheberrechtsbezogenen Aneignung von Online-  
Angeboten am Beispiel Musik

Thomas Rakebrand

*Musik ist ein zentraler Gegenstand, mit denen sich Jugendliche und junge Erwachsene bei ihrer Identitätsbildung gezielt auseinandersetzen. Das Internet bietet ihnen dazu geeignete Strukturen, um über die Rezeption ihrer präferierten Musikinhalte hinaus kommunikativ, distributiv und produktiv-gestalterisch aktiv zu werden und sich dabei ihre Musik zu eigen zu machen. Mehr noch können die Subjekte den "Klangraum" Internet nach ihrer eigenen Façon kreieren und ihren identitätsrelevanten Sozialraum in die digitale Sphäre hinein erweitern. Doch der Aneignung von Online-Räumen*

*sind auch Grenzen gesetzt. Insbesondere beim Thema Musik ist neben der technischen und strukturellen Rahmung der jeweiligen Online-Offerten das Urheberrecht bedeutend. Vor allem die Musikindustrie versucht seit geraumer Zeit die Interaktivität im Web 2.0 zu beschränken, respektive den Schöpfungsakt von MusikerInnen zu schützen. Es stellt sich jedoch die Frage, inwieweit dadurch auch die kreative Aneignung medialer Räume gehemmt wird. Anhand ausgewählter Untersuchungsergebnisse wird in diesem Beitrag aufgezeigt, dass die urheberrechtlichen Bestimmungen für die Gestaltung des "Klangraums" Internet eine ambivalente Bedeutung haben.*

*Music plays a central role in young people's identity formation. On the Internet, they find the appropriate structures to access their preferred music content as well as to communicate, distribute and productively manufacture this music to make it their own. Furthermore, the subjects of this study are able to transfer the Internet into a "sound space" of their exact preferences. By doing so, they extend their social space, which is important for their identity, into the digital area. However, the appropriation of online space is limited. Especially music does not only depend on technical und structural requirements of the online services, but also on copyright. The music industry has long tried to restrict the interactivity in Web 2.0, especially to safeguard the intellectual property of musicians. This raises the question to what extent the creative occupation of media space by its users is also inhibited. With selected results from two surveys, this article examines the ambivalent influence of copyright provisions on the creation of the Internet as a "sound space".*

## 1. Hinführung

Jungen InternetnutzerInnen bieten sich diverse Möglichkeiten, Online-Angebote rezeptiv, kommunikativ, distributiv und produktiv-gestalterisch in Gebrauch zu nehmen und sich darüber gezielt mit Gegenständen auseinanderzusetzen, die für sie von subjektivem Interesse sind. Dabei ist insbesondere das Musikerleben für Jugendliche wie auch für junge Erwachsene relevant, da es sich auf weite Bereiche ihrer Alltags- und Lebenswelten bezieht. Die aktive Auseinandersetzung mit Musik ist wichtiger Bestandteil im Prozess ihrer Identitätsbildung (Jünger 2012: 15).

Die musikbezogene Aneignung von Online-Angeboten, respektive von Musikangeboten im Web 2.0, umfasst über ihre Nutzung hinaus auch ihre Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung seitens der Subjekte unter Einbezug ihrer Lebenskontexte (vgl. Schorb/Theunert 2000: 35). Dieser gesamte Prozess ermöglicht es jungen InternetnutzerInnen, den "Klangraum" Internet nach ihren eigenen Vorstellungen, Wünschen und Bedürfnissen selbst zu gestalten, beziehungsweise als Teil der Internetgemeinschaft zu dessen Gestaltung beizutragen und ihn durch ihr eigenes Medienhandeln für andere erfahrbar zu machen.

Doch die Konstituierung online-basierter Handlungsräume durch InternetnutzerInnen ist stets an äußere Vorgaben gebunden. Der selbstbestimmten Zuwendung steht nicht nur die technische Realisierbarkeit von bestimmten Handlungen entgegen oder die strukturelle Einbettung der jeweiligen Internetofferten, die von den BetreiberInnen vorgegeben wird (vgl. Schorb et al. 2013c: 322). Auch tangieren vermehrt rechtliche Regelungen das Online-Handeln. Mit einer Vielzahl an Rechtsnormen wird von staatlicher Seite inzwischen versucht, der rasanten Verbreitung digitaler Medien reglementierend beizukommen und das Internet nicht zu einem rechtsfreien, von der „Offline-Welt“ losgelösten Raum werden zu lassen (vgl. Rakebrand 2014: 9f). Besonders aufgrund der von NutzerInnen vielfach distribuierten Musikangebote im Netz war und ist dabei das Urheberrecht Gegenstand

kontroverser Debatten, die europa- und weltweit geführt werden (vgl. Rakebrand 2014: 31). Die Interaktivität im Web 2.0 wird insbesondere von der Musikindustrie mit Argwohn betrachtet, deren Einfluss auf die Anpassung nationaler und internationaler Urheberrechtsnormen in den letzten Jahren deutlich zu erkennen ist (vgl. Rakebrand 2014: 22; vgl. Kreutzer 2011: 4). Ihr vorrangiges Ziel ist es, den InternetnutzerInnen die Aneignung des "Klangraums" Internet – zuvorderst die Distribution urheberrechtlich geschützter Musikinhalte – zu erschweren beziehungsweise sie zu unterbinden, sei es etwa mittels "der Herabsetzung des Download-Volumens oder gar einer Sperrung des Internetanschlusses" (Digitale Gesellschaft 2012: 5). Eine Reformierung, beispielsweise des deutschen Urheberrechtsgesetzes, in Richtung einer NutzerInnenfreundlichkeit findet dagegen nur behäbig statt (vgl. Rakebrand 2014: 23).

Aus Sicht der InternetnutzerInnen steht hinter der als restriktiv empfundenen Haltung der Musikindustrie vornehmlich die Motivation, die eigenen gewinnbringenden Verwertungsrechte zu bewahren, statt die MusikerInnen und ihre Werke zu schützen (vgl. Rakebrand 2014: 108). Versteht man Raumeignung wie Deinet zudem als "schöpferische[n] Prozess der Erweiterung des Handlungsraumes" (2009: 52) der Subjekte, stellt sich die Frage, ob das vom Lobbying der Verwertungswirtschaft geprägte Urheberrecht seiner Aufgabe, den Schöpfungsakt zu schützen, eigentlich gerecht wird oder ob es nicht sogar dagegen arbeitet, indem es die kreative Aneignung medialer Räume hemmt.

## **2. Die Untersuchungen**

### **2.1. Das Medienkonvergenz Monitoring**

Das Medienkonvergenz Monitoring wurde als Langzeitforschungsprojekt an der Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung der Universität Leipzig durchgeführt. 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. Die einzelnen Studien, die als Reports online veröffentlicht wurden, widmeten sich vertiefend verschiedenen Konvergenzphänomenen beziehungsweise Trends im Medienhandeln der Jugendlichen (Schorb et al. 2013b). Das Forschungsdesign der Untersuchungen setzte sich jeweils aus funktionalen Angebotsbeobachtungen, quantitativen Online-Befragungen und qualitativen Intensivinterviews zusammen, um der Komplexität der medialen Aneignungsprozesse durch Jugendliche gerecht werden zu können.

Im Report "Klangraum Internet" (Schorb 2012) wurde die Aneignung konvergenter Musik- und Hörmedien sowie hörmedialer Online-Angebote fokussiert, nachdem in den Jahren zuvor eruiert worden war, welche zentrale Bedeutung der Musik im Online-Handeln Jugendlicher zukommt (Schorb et al. 2008 und 2009). Insbesondere die Relevanz musikalischer Präferenzen und die damit verknüpften Informationsbedürfnisse sowie die kontinuierliche Veränderung hinsichtlich des musikbezogenen Angebots- und damit des Mediennutzungsspektrums Jugendlicher standen im Mittelpunkt dieser neuen Untersuchung (vgl. Schorb et al. 2013a: 161).

Die quantitative empirische Erhebung der Studie "Klangraum Internet" wurde im Februar 2010 mittels eines Online-Fragebogens durchgeführt. Die bereinigte Stichprobe umfasste 2806 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren. Die Daten lieferten einen Überblick über Nutzungshäufigkeiten und -tendenzen hinsichtlich Musik- und Hörmedien aus dem Offline- und Online-Bereich. Die qualitative empirische Erhebung erfolgte von April bis Juli 2010. Mittels leitfadengestützter Intensivinterviews wurden 40 Jugendliche aus Sachsen im Alter von 12 bis 19 Jahren befragt. Ein großer Teil davon hatte dem Panel bereits in den Jahren zuvor angehört, ein kleinerer Teil wurde neu rekrutiert. In den Interviews wurden die im Online-Fragebogen abgefragten musikbezogenen Tätigkeiten im Internet vertieft. Die Aussagen der Interviewten wurden mittels diskursiver

Validierung (vgl. u. a. Schorb/Theunert 2000) ausgewertet und ermöglichten Rückschlüsse auf Nutzungsmotive und die Bedeutung hörmedialer Angebote für die Lebensvollzüge von Jugendlichen (vgl. Schorb 2012: 12).

## 2.2. "Gehört das dann der Welt oder YouTube?"

Die Reports des Medienkonvergenz Monitorings gaben vereinzelt Hinweise darauf, welchen Einfluss die Vorstellungen von und Erfahrungen mit urheberrechtlichen Bestimmungen Jugendliche dazu veranlassen, ihr Online-Handeln zu vollziehen oder zu vermeiden. Als Beteiligter am Forschungsprojekt analysierte der Autor des vorliegenden Beitrags das empirische, teils unveröffentlichte Material aller Erhebungen von 2007 bis 2013 in Hinsicht auf das Verständnis Jugendlicher vom Urheberrecht im Web 2.0. Allerdings war dieses Thema auch in der übrigen Kommunikations- und Medienwissenschaft nie explizit untersucht worden, sondern etwaige Erkenntnisse hatten sich explorativ zuvorderst aus den wenigen, en passant getroffenen Aussagen der Interviewten ergeben (wie Rakebrand et al. 2012; Schemmerling/Gerlicher 2013). Dennoch konnte im Rahmen der unveröffentlichten Analyse 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" (Rakebrand 2014: 10).

Dies bot Anlass, eine eigene empirische Studie durchzuführen, in der das subjektive Verständnis vom Urheberrecht im Web 2.0 aus der Sicht von InternetnutzerInnen zum alleinigen Untersuchungsgegenstand wurde. Unter dem Titel "Gehört das dann der Welt oder YouTube?" (Rakebrand 2014) wurden die Ergebnisse veröffentlicht. Im Fokus des Erkenntnisinteresses standen "der subjektive Nachvollzug der rechtlichen Bestimmungen, das etwaig vorhandene Rechts- oder Unrechtsbewusstsein und die dahinter liegenden Beweggründe, die persönlichen Erfahrungen bezüglich urheberrechtsrelevanter Vorgänge und auch die Bewertung von Eingriffen in das eigene Medienhandeln"

(Rakebrand 2014: 45). Anders als beim Medienkonvergenz Monitoring wurden jedoch nicht Jugendliche, sondern elf junge Erwachsene im Alter von 18 bis 26 untersucht. Sie wurden ausgewählt, da sie zum einen Web 2.0-Anwendungen vergleichsweise häufiger nutzen als Jugendliche (vgl. Eimeren/Frees 2013) und da sie bereits weitgehend selbstständige Handlungsmuster, ein Werte- und Normsystem sowie ein ethisches, moralisches und politisches Bewusstsein entwickelt haben (vgl. Hurrelmann 2010: 26-38).

Die qualitative empirische Erhebung der Studie umfasste zunächst zwei leitfadengestützte Gruppendiskussionen, die im Juni 2013 durchgeführt wurden. Für die Auswertung des erhobenen Materials wurden eine Rekonstruktionen der jeweiligen Diskursorganisation sowie eine komparative Analyse vorgenommen (nach Bohnsack 2000 und Kühn/Koschel 2011). Das Urheberrecht war bei keinem Mitglied der einen Gruppe (fünf Angehörige) ein dezidiertes Bestandteil der Ausbildung oder des Studiums gewesen, weitgehend jedoch bei den Mitgliedern der anderen Gruppe (sechs Angehörige). Diese ließen mehr fachliche Expertise und eine tiefer gehende Auseinandersetzung mit den urheberrechtlichen Bestimmungen erkennen. Im Anschluss an die Gruppengespräche wurden von Mitte Juni bis Anfang Juli 2013 leitfadengestützte Intensivinterviews mit sechs ergiebigen Fällen durchgeführt, um bisher nicht oder nur oberflächlich angesprochene Aspekte in Erfahrung zu bringen. Für die Auswertung der Interviews wurden Einzelfallinterpretationen (nach Mayring 2002 und Schmidt 2008) vorgenommen, wobei auch die Aussagen der jeweiligen Subjekte aus den beiden Gruppendiskussionen einbezogen wurden. Ergänzend wurden die sozialen und medialen Kontexte der Untersuchten berücksichtigt (nach Schorb/Theunert 2000).

### **3. Die Aneignung medialer Räume**

#### **3.1. Die Aneignung des Web 2.0 als medialer sozialer Raum**

Der Begriff der Aneignung beschreibt in Anlehnung an Leontjew (1971) einen aktiven und gegenstandsbezogenen Prozess, bei dem sich Subjekte gezielt mit ihrer Umwelt auseinandersetzen und auf sie Einfluss nehmen können. Zur Vermittlung der konkreten Gegenstände eignen sich Medien, die von Menschen in Gebrauch genommen werden (vgl. Schorb 2007). Die Medienaneignung als "Prozess der Nutzung, Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung von Medien aus Sicht der Subjekte unter Einbezug ihrer – auch medialen – Lebenskontexte" (Schorb/Theunert 2000: 35) geschieht in einer komplexen Wechselbeziehung: "Das Subjekt steht [...] einer gewordenen Welt gegenüber, die in den Medien reproduziert wird und die es zugleich in der Wahl und der tätigen Aneignung der Medien mitgestaltet" (Schorb 2007: 255). Der Gestaltungsspielraum der Subjekte wird von den persönlichen Lebensbedingungen sowie dem Kultur-, Sozial- und Bildungsmilieu der Aneignenden moderiert (Schorb 2011: 88).

Die Erfahrungen, die Subjekte unter diesen individuellen und soziokulturellen Begebenheiten machen, beziehen sie bei ihren kommunikativen, interaktiven und produktiven Tätigkeiten im Web 2.0 mit ein. Das Internet als soziales Austauschmedium eröffnet ihnen dafür Handlungsräume, die gemeinsam mit anderen NutzerInnen eingerichtet und gestaltet werden können (Schorb 2011, Schorb/Jünger 2013, vgl. Löw 2001; Deinet 2009). Unterstützt von den Online-Anwendungen können die NutzerInnen selbst Inhalte zur Verfügung stellen und somit *ihre* Räume selbst kreieren. Den zwar vorstrukturierten und kulturell vorgegebenen Räumen des Web 2.0 wird erst durch die Interaktivität der Subjekte eine Bedeutung verliehen. Sie werden zu sozialen Räumen und damit real (Schorb/Jünger 2013: 32). Als NutzerIn das Web 2.0 mitgestalten zu können, ermöglicht zugleich die Mitgestaltung von Realität im Sinne einer kulturellen und sozialen Teilhabe (vgl. Rakebrand 2014: 58).

### **3.2. Die Aneignung des Internets als "Klangraum"**

Die Zuwendung zu Musik, die im Medienhandeln Jugendlicher und junger Erwachsener von zentraler Bedeutung für die Bildung ihrer Identität ist (siehe 1), hat sich in den letzten Jahren zunehmend auf das Internet als "Klangraum" verlagert. Dies konnte in den Studien des Medienkonvergenz Monitorings gezeigt werden – insbesondere in der Studie zur Aneignung konvergenter Hörmedien und hörmedialer Online-Angebote (Schorb 2012). Das Internet eröffnet Handlungsspielräume, um Musik oder musikbezogene Inhalte als "Ausgangspunkt diskursiver Aneignungs- und Vergemeinschaftungsprozesse" (Schorb et al. 2013a: 163) nicht nur rezeptiv, sondern auch kommunikativ, distributiv und produktiv-gestalterisch in Gebrauch zu nehmen. Dabei wird die Rezeption von Musik im Internet von deutlich mehr NutzerInnen realisiert als darüber hinausgehende Tätigkeiten. Allen voran nutzten Jugendliche in den letzten Jahren das Online-Videoportal YouTube als "nahezu unerschöpflichen Speicher, in dem sich nicht nur das findet, was die Jugendlichen aus dem 'Mainstream'-Bereich zahlreicher kommerzieller UKW-Radiosender kennen, sondern auch Inhalte, die individuelle Nischeninteressen bedienen" (Schorb et al. 2013c: 321).

Die musikalischen Präferenzen, denen sich InternetnutzerInnen gezielt zuwenden, geben für einen großen Teil der Jugendlichen Anlass, sich im Netz mit anderen NutzerInnen auszutauschen. Sie erzielen darüber Zugehörigkeit beziehungsweise die Festigung sozialer Beziehungen und gestalten auf diese Weise das Internet als musikbezogenen Aktionsraum mit (Schorb et al. 2013c: 321). Eine vergleichsweise kleine Gruppe der InternetnutzerInnen bearbeitet, verbreitet und präsentiert Musik, was für sie eine bedeutende Identität stiftende Funktion erfüllt. Subjekte, die Musik oder musikbezogene Inhalte produzieren und anderen zugänglich machen, möchten damit ihre Fertigkeiten demonstrieren. Sie intendieren, Aufmerksamkeit, Anerkennung, aber auch konstruktive Kritik zu erhalten. Um dies erreichen zu können, werden ihnen durch das Internet Räume geboten, die der Eigenpräsentation als Person, dem kommunikativen Austausch mit anderen und auch der Verbreitung ihrer Musik dienen. Die produzierten Musikinhalte sind zuvorderst für die eigenen FreundInnen

oder die Bekannten bestimmt. Nur in einigen Fällen soll ein disperses Publikum erreicht werden. Daher wird eher ein persönlicher Übertragungsweg, zum Beispiel via persönlicher Nachrichten in sozialen Online-Netzwerken, gewählt und eine Veröffentlichung im Internet wird nur von den wenigsten realisiert (Schorb et al. 2013a: 180–184).

Eine Öffentlichkeit im Internet zu erreichen, wird von InternetnutzerInnen angestrebt, die auch außerhalb des Netzes musikalisch tätig sind. Sie nutzen das Internet als zusätzlichen Raum zur Präsentation ihrer Werke. Vor allem stellen Jugendliche, die in Bands organisiert sind, ihre Musik ins Netz (Schorb et al. 2013a: 184). Wie auch die Studie zum Verständnis junger Erwachsener vom Urheberrecht im Web 2.0 (Rakebrand 2014) zeigt, versuchen sie damit ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Dadurch möchten sie zum einen für ihre Musik und ihre Person als MusikerIn von möglichst vielen InternetnutzerInnen Anerkennung erhalten. Dahinter steht ein Bedürfnis nach Selbstbestätigung, sozialer Einbettung und Kompetenzerleben. Zum anderen – auch wenn dies nicht vordergründig ist – möchten sie sich die Option offen halten, später von der eigenen Musik finanziell auskommen zu können (vgl. Rakebrand 2014: 102f).

## **4. Die Bedeutung des Urheberrechts für den „Klangraum“ Internet**

### **4.1. Mangelndes Rechtsbewusstsein und mangelnde Reflexion des Internets als öffentlicher Raum**

Dass Jugendliche und junge Erwachsene im Internet spezifische musikalische Präferenzen erschließen möchten, tangiert zumeist urheberrechtliche Bestimmungen, und zwar potenziell auf globaler Ebene, da die schutzfähigen Musikwerke auf Servern in der ganzen Welt gehostet werden. Nicht nur der 'Mainstream', sondern auch die Musik, die Nischeninteressen bedient, ist urheberrechtlich geschützt. Zwar räumen inzwischen immer mehr MusikerInnen bestimmte "freie" Nutzungsrechte ein, etwa durch die Lizenzverträge der NPO Creative Commons, doch sind

gerade diese Musiktitel den meisten Jugendlichen unbekannt und damit kein beliebter Ausgangspunkt für Vergemeinschaftungsprozesse. Die Aneignung des "Klangraums" Internet – in Form von Rezeption, Distribution und produktiver Gestaltung, fokussiert sich damit vor allem auf die Inhalte, die die Musikindustrie zu schützen versucht (siehe 1).

Jedoch ist die Existenz des Urheberrechts oder zumindest die konkrete Ausgestaltung und Bedeutung der im Internet geltenden Rechtsnormen den meisten InternetnutzerInnen oftmals nicht bewusst, geschweige denn wird von ihnen primär die Absicht verfolgt, die Bestimmungen zu verletzen und damit womöglich den eigenen LieblingsmusikerInnen zu schaden (vgl. Rakebrand 2014, Schorb et al. 2013c).

Das mangelnde Rechtsbewusstsein resultiert zum einen daraus, dass das Urheberrecht für junge InternetnutzerInnen kaum einen Lebensweltbezug aufweist und sie sich nicht alltäglich damit beschäftigen, es sei denn, es gibt dafür bestimmte Anlässe – etwa weil sie selbst schöpferisch tätig sind, weil sie schulisch oder beruflich damit zu tun haben oder weil sie selbst oder Bekannte schon einmal abgemahnt wurden (vgl. Rakebrand 2014).

Zum anderen werden Bestimmungen, so sie ihnen bekannt sind, oftmals als unübersichtlich, unklar definiert, intransparent und kompliziert wahrgenommen. Dies erschwert eine Einschätzung der Rechtmäßigkeit ihres Online-Handelns, zum Beispiel bezüglich des Runterladens von Musik. Selbst der gezielte Bezug von Informationen aus den Medien und von sozialen VerweisgeberInnen kann zu unvollständigem oder sogar falschem Wissen beitragen, da junge Menschen oberflächliche, unverständliche, nicht eindeutige oder inkorrekte Auskünfte erhalten (vgl. Rakebrand 2014: 87f, 96–98).

Gerade bei Jugendlichen gibt es zudem Hinweise darauf, dass das Internet nicht immer als öffentlicher und damit urheberrechtlich relevanter Raum reflektiert, sondern als sozialer Nahraum zur Vernetzung und Interaktion mit ihren Peers wahrgenommen wird (siehe 3.2). Die empfundene Privatsphäre gilt, rechtlich gesehen, zwar für bestimmte abgeschlossene Bereiche in sozialen Online-Netzwerken wie Facebook,

aber gerade nicht für das Online-Videoportal YouTube als bei Jugendlichen beliebtestes "Musikmedium Nr. 1" (Jünger 2012: 21). Stellen die jungen InternetnutzerInnen Remixe von fremden Musikstücken online, erwarten sie Feedback von FreundInnen und Bekannten, nicht aber von einer anonymen Öffentlichkeit. Und sie erwarten auch keine weitreichenden juristischen Folgen (vgl. Schorb et al.. 2013c: 322, 330).

Das mangelnde Rechtsbewusstsein der InternetnutzerInnen und die mangelnde Reflexion der öffentlichen Zugänglichkeit des Internets hemmen dessen Aneignung als "Klangraum". Weder setzen sich die meisten Subjekte bei ihrem Online-Handeln aktiv mit der Urheberrechtsthematik auseinander noch sind sie in der Lage die Bestimmungen vollends wahrzunehmen, zu bewerten, zu verarbeiten und auf dieser Basis zu agieren (vgl. hierzu auch Rakebrand 2014).

#### **4.2. Die Einschränkung des Medienhandelns zur Vermeidung von Konflikten und Bestrafung**

Wie die Studien des Medienkonvergenz Monitorings und die Studie zum Verständnis junger Erwachsener vom Urheberrecht im Web 2.0 zeigen, setzen sich junge InternetnutzerInnen mit dem Urheberrecht unter anderem auseinander, wenn sie oder Personen ihres sozialen Nahraums negative Erfahrungen mit Rechtsfolgen gemacht haben oder wenn in den Medien – auch in Form von Beiträgen und Kommentaren anderer NutzerInnen im Web 2.0 – über diese berichtet wurde. In der Konsequenz wird das eigene Medienhandeln angepasst, um potenzielle rechtliche Sanktionen, wie zum Beispiel Abmahnungen oder soziale Konflikte mit den MusikerInnen, zu vermeiden (vgl. Schorb et al. 2013c: 330, vgl. Rakebrand 2014: 44, 96).

Diese Anpassung äußert sich zum einen darin, dass junge InternetnutzerInnen Online-Handlungen abgestimmt auf ihr erworbenes Rechtsbewusstsein vollziehen. Beispielsweise nutzen sie bewusst lizenzfreie Audiosamples für Remixe, die mit der Angabe der Quelle auf YouTube geladen werden (vgl. Rakebrand et al. 2012: 42f).

Zum anderen ist die Furcht vor einer (juristischen) Bestrafung zentraler Beweggrund, dass NutzerInnen bestimmte Handlungen unterlassen, gleichwohl sie nicht definitiv wissen, ob diese nach geltender Rechtslage tatsächlich urheberrechtlich unzulässig sind oder nicht. Dies gilt beispielsweise für das Herunterladen von Musiktiteln (Rakebrand 2014: 96, 101, 104). Damit schränkt das Urheberrecht den Gestaltungsspielraum der Subjekte auch bei einer potenziell rechtskonformen Online-Nutzung ein.

### **4.3. Die ambivalente Bewertung des Urheberrechts und dessen Einflussnahme auf das individuelle Medienhandeln**

Obgleich, wie unter 4.1 angedeutet, junge InternetnutzerInnen das geltende Urheberrecht im Online-"Klangraum" zuvorderst aufgrund seiner subjektiv empfundenen Komplexität, Intransparenz und Uneindeutigkeit nicht vollends begreifen und beurteilen können, vermögen sie zumindest, bestimmte Aspekte zu bewerten. Dabei werden jene urheberrechtlichen Bestimmungen, die für die Subjekte eine Einflussnahme auf ihr individuelles Medienhandeln bedeuten, ambivalent aufgefasst (Rakebrand 2014: 107–110).

Als Paradebeispiel bezüglich der Aneignung von Musik kann hier abermals die Online-Plattform YouTube angeführt werden. Stellen junge InternetnutzerInnen ein Video online, das sie mit fremdproduzierter urheberrechtlich geschützter Musik unterlegt haben, machen sie die Erfahrung, dass die BetreiberInnen den gesamten Inhalt aus rechtlichen Gründen löschen (Rakebrand et al. 2012: 42f). Viele machen dafür die Verwertungsgesellschaft GEMA verantwortlich. Die "Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte" nimmt in Deutschland die Nutzungsrechte von MusikerInnen und MusikproduzentInnen wahr. Ihre Arbeit stößt bei jungen InternetnutzerInnen auf eine ambivalente, tendenziell ablehnende Haltung.

Zuvorderst werden die Eingriffe als Instrumentalisierung der MusikerInnen durch das Profitstreben der Produktionsfirmen aufgefasst. Diesbezüglich lehnen junge InternetnutzerInnen Abmahnungen oder Geldstrafen ab, insbesondere wenn dabei ihr Unwissen oder ihre Unsicherheit ausgenutzt werden. Zudem wird argumentiert, dass finanzielle Sanktionen nicht zu einer Einsicht führen, sondern lediglich zu einer Einschüchterung und Hemmung der Handlungsfreiheit im "Klangraum" Internet. Überwiegend werden auch sogenannte "Warnhinweise", wie sie unter anderem auf YouTube zu finden sind, als normative Eingriffe abgelehnt. Es wird moniert, derartige moralische Appelle verhinderten die Entwicklung eines echten eigenes Verständnisses vom Urheberrecht von Seiten der InternetnutzerInnen. Darüber hinaus wird die Entfernung von Online-Musikvideos teilweise sogar als Form der Zensur wahrgenommen (Rakebrand 2014: 108-111). Einige NutzerInnen setzen sich über das ihnen aufgezwungene und als illegitim aufgefasste Gestaltungsverbot des "Klangraums" hinweg, indem sie "als 'Lücken' in der Gesetzgebung empfundene 'Graustufen' [...] nutzen oder [...] mit ihrem verbotenen Internethandeln ganz bewusst ein Risiko ein[gehen]" (Rakebrand 2014: 40).

Die Notwendigkeit der Einhaltung von Urheberrechten, respektive von einer rechtlichen Kontrolle im Netz, wird von vielen jungen InternetnutzerInnen aber auch positiv aufgefasst, jedenfalls wenn aus ihrer Sicht tatsächlich der Schutz von UrheberInnen beziehungsweise von ihren Schöpfungen im Vordergrund steht. Messen die NutzerInnen einem fremden Werk im Internet einen subjektiven Wert bei, sind sie eher bereit, entweder auf dessen unzulässige Verwendung zu verzichten oder es anderweitig legal zu beziehen. Sie setzen sich damit aktiv mit ihren Nutzungsmöglichkeiten auseinander und kommen zu einer reflektierten Entscheidung.

Insbesondere agieren InternetnutzerInnen urheberrechtsbewusst, wenn sie selbst MusikerInnen sind. Zum einen befürworten sie es, dass RechteinhaberInnen unzulässig vervielfältigte Kopien ihrer Musikwerke aus dem Internet löschen lassen (Rakebrand 2014: 104, 111). Aus ihrer

Sicht stellt das selbstbestimmte Entfernen ihrer online gestellten Musik keine Beschränkung des "Klangraums" dar, sondern im Gegenteil eine legitime Inanspruchnahme ihres eigenen Handlungsraums. Zum anderen veröffentlichen UrheberInnen ihre Musikwerke nur unter bestimmten Voraussetzungen im Netz. Zum Beispiel stellen Bands ältere Lieder online, die für sie ohnehin keinen wirtschaftlichen Wert mehr haben. Zudem werden aktuelle Musiktitel nur einem ausgewählten Personenkreis auf passwortgeschützten und als datenschutzrechtlich sicher empfundenen Online-Portalen zugänglich gemacht (Rakebrand 2014: 103).

## 5. Fazit

Das Urheberrecht hat für die Gestaltung des Internets als "Klangraum" eine ambivalente Bedeutung. Einerseits hemmt es die musikbezogene Raumaneignung, andererseits wird diese unter bestimmten Voraussetzungen befördert.

Eine große Anzahl junger InternetnutzerInnen setzt sich im Web 2.0 mit ihren musikalischen Vorlieben auseinander und tritt in einen sozialen Austausch mit ihren Peers. Vor allem MusikerInnen, aber auch andere Musikinteressierte, nutzen die vorgegebenen Online-Strukturen, um Musik zu verbreiten – sei es die eigens oder die fremdproduzierte. Ob beabsichtigt oder nicht, tangiert die Aneignung des „Klangraums“ Internet damit urheberrechtliche Bestimmungen, angefangen beim Downloaden von Musiktiteln bis hin zur öffentlichen Zugänglichmachung auf Online-Portalen.

Eine aktive Auseinandersetzung mit dem für viele lebensweltfremden Urheberrecht und seiner Tragweite für das musikbezogene Agieren im Netz findet seitens der jungen InternetnutzerInnen aber kaum statt. Dies macht die Gestaltung des Internets als sozialen Handlungsraum zu einem für sie unkalkulierbaren Risiko, da sie aufgrund des mangelnden Rechtsbewusstseins keine reflektierte Bewertung ihrer eigenen Handlungen vornehmen und somit auch zu keiner bewussten Entscheidung gelangen können. Schon deshalb ist die Aneignung des

Online-"Klangraums" per definitionem im Grunde genommen nicht zu realisieren. Hinzu kommt, dass die Aktivität von jungen InternetnutzerInnen durch die Existenz urheberrechtlicher Bestimmungen eingeschränkt wird.

Dies geschieht zum einen aufgrund der Angst der Subjekte vor einer potenziellen Sanktion ihres Handelns, und zwar unabhängig davon, ob die Bestrafung real und legitim ist oder nicht. Das Urheberrecht kriminalisiert damit indirekt die musikbezogene Aneignung von Online-Angeboten und -inhalten.

Zum anderen wird der Gestaltungsspielraum der Subjekte durch konkrete Eingriffe eingeschränkt, sei es durch das Sperren oder Löschen von Musikinhalten, durch Warnhinweise oder durch finanzielle Restriktionen. Insbesondere weil ein Großteil der jungen InternetnutzerInnen hinter dieser Praxis eine Instrumentalisierung von MusikerInnen durch die Musikverwertungskette vermutet, wird sie als illegitim empfunden und abgelehnt. Aus dieser Perspektive heraus erscheint das zwar urheberrechtlich zulässige Gestaltungsverbot des "Klangraums" jedoch moralisch fragwürdig.

Die jungen InternetnutzerInnen, so ihnen das Urheberrecht zumindest ein Begriff ist, befürworten aber grundsätzlich die Idee, durch die geltenden Rechtsnormen MusikerInnen und ihre Werke zu schützen. Steht diese Intention im Vordergrund, wird ein rechtskonformes Online-Handeln als legitim empfunden. Auf Basis einer reflektierten Entscheidung, urheberrechtlich unzulässige Tätigkeiten im Internet zu vermeiden oder zulässige zu vollziehen, bedeutet, den eigenen Gestaltungsspielraum zu kennen und ihn sich anzueignen. Den "Klangraum" Internet zu gestalten, kann insbesondere für MusikerInnen auch dadurch realisiert werden, dass sie sich bewusst gegen eine Veröffentlichung ihrer Werke entscheiden und auch gegen eine ihrer Ansicht nach unzulässige Verbreitung im Netz durch andere NutzerInnen.

Als problematisch bleibt festzuhalten, dass das Gros der jungen InternetnutzerInnen bislang keine Chance hat, sich Wissen zum Urheberrecht dezidiert anzueignen und sich reflektiert dazu positionieren

zu können. Geschweige denn können sie am stetigen, vom Lobbyismus geprägten Reformierungsprozess teilhaben. Dies steht einer sozialen wie kulturellen Teilhabe auch im Web 2.0 entgegen und führt weiterhin dazu, dass eine echte Mitgestaltung der gesellschaftlichen Realität im Netz nicht gelingen kann.

---

## Literatur

Deinet, Ulrich (2009): "Aneignung" und "Raum" – zentrale Begriffe des sozialräumlichen Konzepts, in: Deinet, Ulrich (Hg.): Sozialräumliche Jugendarbeit. Grundlagen, Methoden und Praxiskonzepte. 3., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 27–57.

Digitale Gesellschaft (2012): Schattenbericht des Digitale Gesellschaft e.V. zur "Vergleichenden Studie über Modelle zur Versendung von Warnhinweisen durch Internet-Zugangsanbieter an Nutzer bei Urheberrechtsverletzungen" des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Berlin, online unter: <http://digitalegesellschaft.de/wp-content/uploads/2012/02/schattenbericht-digiges.pdf> (letzter Zugriff: 03.01.2015).

Eimeren, Birgit van/Frees, Beate (2013): Rasanter Anstieg des Internetkonsums, online unter fast drei Stunden täglich im Netz. Media Perspektiven 7-8/2013, 358–372, online unter: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Eimeren_Frees.pdf) (letzter Zugriff: 03.01.2015).

Hurrelmann, Klaus (2010): Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. 10. Auflage. Weinheim-München: Juventa Verlag.

Jünger, Nadine (2012): Der Stellenwert des Internets als Musik- und Hörmedium Heranwachsender, in: Schorb, Bernd (Hg.): Klangraum Internet. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung konvergenter Hörmedien und hörmedialer Online-Angebote durch Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren. Universität

Leipzig, 15–37, online unter: [www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/dok/Report\\_Klangraum%20Internet\\_0.pdf](http://www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/dok/Report_Klangraum%20Internet_0.pdf) (letzter Zugriff: 03.01.2015).

Kreutzer, Till (2011): Verbraucherschutz im Urheberrecht. Vorschläge für eine Neuordnung bestimmter Aspekte des geltenden Urheberrechts auf Basis einer Analyse aus verbraucherschutzrechtlicher Sicht. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., online unter: [http://irights.info/userfiles/2011-05-03\\_Verbraucherschutz\\_im\\_Urheberrecht.pdf](http://irights.info/userfiles/2011-05-03_Verbraucherschutz_im_Urheberrecht.pdf) (letzter Zugriff: 03.01.2015).

Leontjew, Aleksej N. (1971): Probleme der Entwicklung des Psychischen. Berlin (DDR): Volk und Wissen Verlag.

Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. Frankfurt/M.: Suhrkamp Verlag.

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, 5. überarbeitete und neu ausgestattete Auflage. Weinheim/Basel: Beltz Verlag.

Rakebrand, Thomas/Jünger, Nadine/Ratthei, Marika (2012): Der produktiv-gestalterische Umgang Jugendlicher mit Musik, in: Schorb, Bernd (Hg.): Klangraum Internet. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung konvergenter Hörmedien und hörmedialer Online-Angebote durch Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren. Universität Leipzig, 38–63, online unter: [www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/dok/Report\\_Klangraum%20Internet\\_0.pdf](http://www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/dok/Report_Klangraum%20Internet_0.pdf) (letzter Zugriff: 03.01.2015).

Rakebrand, Thomas (2014): "Gehört das dann der Welt oder YouTube?" Junge Erwachsene und ihr Verständnis vom Urheberrecht im Web 2.0. Schriftenreihe kopaed internet studien. München: kopaed Verlag.

Schemmerling, Mareike/Gerlicher, Peter (2013): Ergebnisse der aktuellen Teilstudie „Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in sozialen Netzwerkdiensten“, in: Wagner, Ulrike/Brüggen, Niels (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web. 5. Konvergenzstudie im Auftrag der Bayerischen

Landeszentrale für neue Medien. BLM Schriftenreihe Band 101. Baden-Baden: Nomos Verlag, 103–140.

Schmidt, Christiane (2008): Analyse von Leitfadeninterviews, in: Flick, Uwe/von Kardorff, Ernst/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, 6. durchgesehene und aktualisierte Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag, 447–456.

Schorb, Bernd (2007): Medienaneignung und kontextuelles Verstehen. Welche Implikate ergeben sich aus dem Konstrukt der Medienaneignung für die Medienforschung?, in: Wirth, Werner/Stiehler, Hans-Jörg/Wünsch, Carsten (Hg.): Dynamisch-transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem Verlag; 252–261.

Schorb, Bernd (2011): Zur Theorie der Medienpädagogik, in: Moser Heinz/Grell, Petra/Niesyto, Horst (Hg.): Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik. München: kopaed Verlag, 81–94.

Schorb, Bernd (Hg.) (2012): Klangraum Internet. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung konvergenter Hörmedien und hörmedialer Online-Angebote durch Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren. Universität Leipzig, online unter: [www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/dok/Report\\_Klangraum%20Internet\\_0.pdf](http://www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/dok/Report_Klangraum%20Internet_0.pdf) (letzter Zugriff: 03.01.2015).

Schorb, Bernd/Jünger, Nadine (2013): Das Medienkonvergenz Monitoring – Hintergrund, Untersuchungsdesign und theoretische Grundlagen, in: Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Rakebrand, Thomas (Hg.): Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring. Berlin: Vistas Verlag, 13–34.

Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Kuttner, Claudia/Rakebrand, Thomas/Berek, Mathias/Meyer, Kerstin/Ratthei, Marika/Baumann, Michael (2013a): Klangraum Internet – auf neuen Wegen Musik entdecken, in: Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Rakebrand, Thomas (Hg.): Die Aneignung

konvergenter Medienwelten durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring. Berlin: Vistas Verlag, 161–217.

Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Rakebrand, Thomas (Hg.) (2013b): Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring. Berlin: Vistas Verlag.

Schorb, Bernd/Keilhauer, Jan/Würfel, Maren/Kießling, Matthias (2008): Medienkonvergenz Monitoring Report 2008. Jugendliche in konvergierenden Medienwelten. Universität Leipzig, online unter: <http://www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/MeMo08.pdf> (letzter Zugriff: 03.01.2015).

Schorb, Bernd/Rakebrand, Thomas/Jünger, Nadine (2013c): Fazit – Medienaneignung im Wandel, in: Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Rakebrand, Thomas (Hg.): Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring. Berlin: Vistas Verlag, 311–331.

Schorb, Bernd/Theunert, Helga (2000): Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung, in: Paus-Haase, Ingrid/Schorb, Bernd (Hg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch. München: kopaed Verlag, 33–57.

Schorb, Bernd/Würfel, Maren/Kießling, Matthias/Keilhauer, Jan (2009): MeMo\_VP09. Medienkonvergenz Monitoring Videoplattformen-Report 2009. YouTube und Co. – neue Medienräume Jugendlicher. Universität Leipzig, online unter: [www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/MeMo\\_VP09.pdf](http://www.uni-leipzig.de/mepaed/sites/default/files/MeMo_VP09.pdf) (letzter Zugriff: 03.01.2015).