

# URHEBERRECHTSWISSEN UND -PRAXIS IN SOCIAL NETWORKS

Tassilo Pellegrini / Monika Kovarova-Simecek / Verena Bauer / Tatjana  
Aubram

Fachhochschule St. Pölten, Department Medienwirtschaft  
Matthias Corvinus Straße 15, 3100 St. Pölten, AT  
Tassilo.pellegrini@fhstp.ac.at; <http://www.fhstp.ac.at>

**Schlagworte:** *Legal Literacy, Urheberrecht, Soziale Netzwerke, Social Media, IRIS 2017*

**Abstract:** *Dieser Beitrag analysiert das Urheberrechtswissen und die daran geknüpfte Praxis von 16-44-Jährigen Social Network Nutzern in Österreich mittels einer quantitativen Online-Umfrage. Die Ergebnisse zeigen eine Diskrepanz zwischen Urheberrechtswissen und -praxis, einen niedrigeren Wissensstand bei jungen Personen und Personen mit niedriger Ausbildung. Außerdem tendieren jüngere Personen eher zur Überschätzung ihres Wissens. Dies ist insofern problematisch, als dass in dieser Gruppe das Aktivitätsniveau und die SN-Nutzung sehr hoch sind und tendenziell einen achtloseren Umgang in SN pflegt. Daher muss die urheberrechtsrelevante Legal Literacy der Befragten als unzureichend eingestuft werden.*

## 1. Einleitung

Soziale Online-Netzwerke (im Folgenden kurz SN genannt) haben sich in ihren unterschiedlichen Ausprägungen zu einer dominierenden Kommunikationsform im Internet entwickelt und prägen unser Handeln und Denken [BERGER & BUESCHING 2011, S. 21 f.]. Die Motivation hinter der Nutzung sozialer Netzwerke und der daraus resultierende Mehrwert lassen sich laut HOHLFELD & GODULLA [2015, S. 16] an drei Funktionen festmachen: (1) das *Identitätsmanagement* als die Darstellung der eigenen Person durch selbstausgewählte Merkmale, (2) das *Beziehungsmanagement* zur Unterstützung des kommunikativen Austausches zwischen den Nutzern und (3) das *Informationsmanagement* zu Zwecken der Relevanzzuschreibung durch soziale Praktiken wie Teilen, Empfehlen, Filtern oder Bewerten.

Im Zuge der oben dargestellten funktionalen Durchdringung der individuellen und gesellschaftlichen Lebensbereiche durch SN werden diese auch zum Gegenstand des Rechts [HORNING & MÜLLER-TERPITZ 2015, S. 1 f.]. Dabei treten verschiedene Rechtsbereiche wie etwa das Urheber- und Datenschutzrecht, das Persönlichkeitsrecht bzw. straf-, arbeits- oder medienrechtliche Sachverhalte in den Mittelpunkt der Betrachtung (ebenda). Der versierte Umgang mit rechtlichen Sachverhalten stellt einen zentralen Pfeiler in zeitgenössischen Konzepten von Media Literacy dar [LUCKMANN 2008; O'NEILL 2010; KOLTAY 2011] und wird im Kontext einer «culture of legality» auch von der EUROPÄISCHEN KOMMISSION [2007] eingefordert.

Dieser Beitrag stellt Befunde einer quantitativen Untersuchung vor, die die Rechtskompetenz – im Folgenden Legal Literacy genannt – von SN-Nutzern in Bezug auf urheberrechtlicher Fragestellungen zum Gegenstand hat. SCHILTZ ET AL. [2007], RAKEBRAND [2014] und BAUER [2011] argumentieren, dass aufgrund der Komplexität und Abstraktheit des Rechtsgegenstandes es vielen Nutzern schwerfällt, das Urheberrecht ausreichend zu verstehen und es legal konform anzuwenden. Dieser Mangel an Rechtskompetenz – sowohl auf Ebene des Wissens als auch der Praxis – kann rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen [z.B. KREUTZER 2011; ZIMMER 2012/2015; ISPA 2013]. Die genaue Kenntnis der Beschaffenheit und der Einflussfaktoren von Legal Literacy ist damit eine wichtige Grundlage für die Planung und Umsetzung kompetenzsteigernder Maßnahmen.

## 2. Legal Literacy – Related Work

Laut ZARISKI [2014, S. 19 f.] bezieht sich der Begriff Legal Literacy ursprünglich auf die Fähigkeit von Rechtsexperten rechtliche Dokumente richtig zu lesen, zu verstehen und auch selbst zu verfassen. Über die Jahre wurde der Begriff aber weiterentwickelt und umschloss sämtliche Bürger ohne rechtliche Vor- oder Ausbildung. Das Konzept der Legal Literacy beschreibt, dass Personen rechtliche Problemstellungen zuerst kritisch hinterfragen, basierend darauf ihre Entscheidungen treffen, sich selbstständig und souverän in einer Rechtsmaterie bewegen, gegebenenfalls am Rechtsdiskurs beteiligen und ein aktiver Teil der Gesellschaft werden [ebd.].

Um diese Partizipation im rechtlichen Kontext zu ermöglichen, kommen auch andere Kompetenzen zur Anwendung, die eng mit dem Konzept der Legal Literacy verbunden sind. Dazu gehören etwa die Digital Literacy und die Information Literacy. Sie bilden die praktischen und theoretischen Grundlagen für eine selbstbestimmte und verantwortungsbewusste Nutzung des Internets [ebd., S. 23], zu dem auch ein versierter Umgang mit urheberrechtlichen Sachverhalten zählt [RODRIGUEZ ET AL. 2014; ACRL 2016]. Diese Kenntnisse sind unter anderem die Voraussetzung für die Social Networking Literacy und damit die Fähigkeit, «die Risiken in sozialen Netzwerken richtig einzuschätzen und darauf basierend Entscheidungen zum richtigen Umgang mit Social Media Content zu treffen [...]» [GATHEGI 2014, S. 102]. Ziel der Social Networking Literacy ist es, die Balance zwischen der Kommunikationspraxis der Nutzer, ihrer Privatsphäre und der rechtlichen Konformität zu wahren (ebenda).

Untersuchungen zum Stand der Legal Literacy in Bezug auf das Urheberrecht wurden vor allem unter akademisch gebildeten Personen durchgeführt [AUFDERHEIDE ET AL. 2015; AX-FULTZ 2015; MORRISON & SECKER 2015; SCHMIDT & ENGLISH 2015; TODOROVA ET AL. 2014; CHARBONNEAU & PRIEHS 2014; DRYDEN 2012; HANNAH 2010; OPPENHEIM & WOODWARD 2004]. Bei diesen Studien stehen jene Berufsgruppen im Mittelpunkt, die einen immanenten Bezug zu urheberrechtlichen Sachverhalten haben. Breit angelegte, länderspezifische quantitative Studien finden sich für die USA [EDWARDS ET AL. 2013] sowie für Spanien [MURIEL-TORRADO & FERNÁNDEZ-MOLINA 2015]. In beiden Fällen wird den Teilnehmenden ein für den rechtssicheren Gebrauch unzureichendes Wissensniveau attestiert sowohl betreffend die Nutzung von bestehendem als auch den Schutz neu generierten Contents. Für Österreich erfasst eine Studie zur digitalen Content-Nutzung [GfK 2013 & 2015] u.a. Daten zum Rechtsbewusstsein in Bezug auf urheberrechtliche Bestimmungen und Urheberrechtsverletzungen. Die Ergebnisse der als «repräsentativ» deklarierten Online-Umfrage zeigen, dass das Bewusstsein für allgemeine urheberrechtliche Bestimmungen im Internet zwar wächst, dass das Nutzungsverhalten in sozialen Netzwerken allerdings vom effektiven Wissen abweicht. Diese Befunde werden in den qualitativen Studien von RAKEBRAND [2014] und BAUER [2011] zum urheberrechtlichen Verständnis von Internet-Nutzern in Bezug auf User-Generated-Content weitgehend bestätigt. Insbesondere RAKEBRAND [2014] attestiert den jungen Nutzergruppen ein tendenziell mangelndes Rechtsbewusstsein, Verständnisschwierigkeiten zur gültigen Rechtslage sowie ein mangelndes Problembewusstsein zum Internet als Öffentlichkeit generierendes Medium.

## 3. Fragestellungen

Der Themenbereich der Legal Literacy soll hinsichtlich urheberrechtlichen Bestimmungen in sozialen Netzwerken untersucht werden. Es soll aufgezeigt werden, wie Nutzer dieses Spannungsfeld – also Nutzer motive auf der einen Seite und Rahmenbedingungen des Urheberrechts auf der anderen – wahrnehmen und inwieweit sie sich darin souverän bewegen können. Die Voraussetzung für Rechtsbewusstsein ist, dass die Nutzer von sozialen Netzwerken «Kenntnis oder zumindest eine juristisch laienhafte Vorstellung davon [...]» haben, «[...] was rechtlich erlaubt und verboten ist» [SCHWARTMANN 2012, S. 43], diese Verhaltensanforderung als richtig anzuerkennen und dementsprechend zu handeln. Laut GATHEGI [2014, S. 44 f.] bedeutet Unrechtsbewusstsein, dass Nutzer nicht wissen, welches Verhalten im Internet in konkreten Situationen urheberrechtlich erlaubt oder verboten ist. Unrechtsbewusstsein bedeutet auch, dass die Nutzer bei zutreffender Rechtskenntnis richtig gehandelt hätten. Davon muss auch mangelndes Rechtsbewusstsein unterschieden werden, bei dem

Nutzer absichtlich rechtliche Regelungen im Internet missachten. Sie sind sich der Normüberschreitung bewusst, setzen sich aber dennoch mit ihrem urheberrechtswidrigem Nutzerverhalten darüber hinweg.

Gegenstand dieser Arbeit ist die Untersuchung der Frage, wie stark das (Un-)Rechtsbewusstsein in sozialen Netzwerken ausgeprägt ist und inwieweit es die Kommunikationspraxis beeinflusst. Dazu sollen folgende Forschungsfragen beantwortet werden:

FF1: Stimmt das selbsteingeschätzte und das faktische Urheberrechtswissen bei SN-Nutzern überein?

FF2: Welche Faktoren beeinflussen das selbstgeschätzte und das faktische Urheberrechtswissen der SN-Nutzer?

FF3: Existiert ein Zusammenhang zwischen dem faktischen Urheberrechtswissen und der Urheberrechtspraxis von SN-Nutzern?

## 4. Empirisches Design

### 4.1. Datenerhebung und Sample

Zur Untersuchung des Gegenstandes wurde eine quantitative Online-Befragung [TADDICKEN & BATINIC 2014] durchgeführt, die sich grundsätzlich an alle Personen richtete, die soziale Netzwerke in Österreich nutzen und deren Nutzungsverhalten in den Rechtsrahmen des Urheberrechts fällt. Damit sind in Österreich ca. 71% der Internetnutzer untersuchungsrelevant [GfK 2015]. Die Verteilung des Fragebogens erfolgte zufallsgesteuert, die Teilnahme erfolgte auf Basis der Selbstselektion. Zur Validierung des Fragebogens wurden im Zeitraum von 5. bis 17. Juni 2016 drei Pretests durchgeführt. Im Befragungszeitraum von 18. Juni bis 4. Oktober 2016 wurden insgesamt 430 ausgefüllte Fragebögen gesammelt. Um die Repräsentativität der Ergebnisse zu erhöhen, wurde der Untersuchungsgegenstand auf die Altersgruppe der 16- bis 44-jährigen eingeschränkt. Dies wird damit argumentiert, dass in dieser Altersgruppe die höchste Nutzung sozialer Netzwerke feststellbar ist [STATISTIK AUSTRIA 2015] und diese im Fokus unserer Studie liegt. Damit kamen 370 Fragebögen zur Auswertung (gewichtet 369). Die Auswertung erfolgte mittels Software SPSS v24.

Der Fragebogen umfasste drei Themengebiete: erstens, die Nutzungsgewohnheiten in sozialen Netzwerken und die Selbsteinschätzung des urheberrechtlichen Wissenstandes; zweitens, allgemeine Fragen zum Urheberrecht und seine Anwendung in sozialen Netzwerken; und drittens, die Kenntnis und Praxis von Creative Commons. Der Wissenstand zum Urheberrecht wurde – wie in Literacy Studien üblich [z.B. AUBRAM ET AL. 2016; VAN ROOIJ ET AL. 2011; LUSARDI & MITCHELL 2011] – mittels 30 Wissensfragen getestet, wobei sich 14 Fragen auf den Schutzgegenstand, 8 Fragen auf Sachkenntnis allgemeiner Verhaltensaspekte und 8 weitere Fragen auf die Anwendung des Urheberrechts in sozialen Netzwerken bezogen. Die Summe der richtigen Antworten wurde in Folge als Maß für das faktische Wissen herangezogen.

Aufgrund der Eingrenzung der Grundgesamtheit und einer korrigierenden Gewichtung konnten wir in der Altersgruppe der 16- bis 44-jährigen eine weitgehende Bevölkerungsrepräsentativität herstellen, wodurch mit der vorliegenden Stichprobe ein aussagekräftiges Meinungsbild zu Urheberrechtswissen und -praxis und ihrer Determinanten in der Altersgruppe der 16- bis 44-jährigen SN-Nutzer in Österreich erstellt werden kann.

### 4.2. Datenanalyse

Die Daten wurden in drei Schritten statisch ausgewertet: (1) deskriptive Darstellung des Samples, (2) Homogenitätstests zur Überprüfung der Unterschiede zwischen selbstgeschätzter und faktischer Legal Literacy und (3) ordinale logistische Regressionsanalyse zur Feststellung von Ursache-Wirkungszusammenhängen zwischen Legal Literacy (LL), definiert als Urheberrechtswissen in sozialen Netzwerken, und den in FF2 definierten erklärenden Variablen. In unserem Regressionsmodell wird die abhängige Variable  $y_i^*$  einerseits als selbstgeschätzte und andererseits als faktische LL definiert und durch die nachfolgende Regressionsgleichung beschrieben:

$$Pr(y_i^*) = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Einstellung}_i + \alpha_2 \text{Nutzungsintensität}_i + \alpha_3 \text{Aktivitätsniveau}_i + \alpha_4 \text{Alter}_i + \alpha_5 \text{Geschlecht}_i + \alpha_6 \text{Bildung}_i + \varepsilon_i$$

Dabei nehmen die abhängigen und unabhängigen Variablen die in Tabelle 1 beschriebenen Werte an:

<b>Abhängige Variablen:</b>	
Selbstgeschätzte LL	Eigene Beurteilung der Rechtskenntnisse (1 = niedrig, 2 = mittel, 3 = hoch)
Faktische LL	Summe der korrekten Antworten zum Urheberrecht (0–20 = niedrige LL, 21–25 = mittlere LL, 26–30 = hohe LL)
<b>Unabhängige Variablen:</b>	
Einstellung zu SN	Einstellung gegenüber SN (1 = eher negativ, 2 = neutral, 3 = eher positiv)
Aktivitätsniveau	Selbstgeschätztes Aktivitätsniveau in Bezug auf Posten, Teilen, Verlinken, Liken (1 = wenig aktiv, 2 = normal aktiv, 3 = sehr aktiv)
Alter	Altersgruppen (1 = 16–24 Jahre, 2 = 25–34 Jahre, 3 = 35–44 Jahre)
Dummy: Nutzungsintensität	Index der Nutzungsintensität definiert als Summe der abgefragten Nutzungshäufigkeit pro soziales Netzwerk (4 = täglich, 3 = mehrmals pro Woche, 2 = mehrmals im Monat, 1 = gar nicht), wobei 10 soziale Netzwerke zur Auswahl standen; Unterscheidung von zwei Usertypen (0–20 Punkte = Nicht-Intensivnutzer, 21–40 Punkte = Intensivnutzer); 1 = Intensivnutzer, 0 = Nicht-Intensivnutzer
Dummy: Geschlecht	0 = männlich, 1 = weiblich
Dummy: Hochschulabschluss	0 = kein Hochschulabschluss, 1 = Hochschulabschluss

Tabelle 1: Beschreibung der Variablen im Regressionsmodell

## 5. Ergebnisse und Interpretation

### 5.1. Deskriptive Beschreibung des Samples

		N (=369)	Prozent
Geschlecht	männlich	173	46,9%
	weiblich	196	53,1%
Alter	16–24	107	29,0%
	25–34	136	37,0%
	35–44	125	34,0%
Bildung	kein Hochschulabschluss	164	44,5%
	Hochschulabschluss	205	55,5%
Einstellung SN	eher negativ	38	10,2%
	neutral	121	32,9%
	eher positiv	210	56,9%
Nutzungsintensität	Nicht-Intensivnutzer	187	50,6%
	Intensivnutzer	182	49,4%
Aktivitätsniveau	niedrig	164	44,5%
	mittel	122	33,2%
	hoch	82	22,3%
Faktische LL	niedrig	114	31,0%
	mittel	180	48,7%
	hoch	75	20,3%
Geschätzte LL	niedrig	83	22,6%
	mittel	162	43,8%
	hoch	124	33,7%
Verzicht Veröffentlichung	Ja	173	46,9%
	nein	196	53,1%

Creative Commons Content genutzt	ja	182	49,3%
	nein	76	20,7%
	weiß nicht	111	30,0%
Content unter Creative Commons lizenziert	ja	53	14,4%
	nein	259	70,2%
	weiß nicht	57	15,4%

Tabelle 2: Deskriptive Beschreibung des Samples

Zur Herstellung einer Bevölkerungs-repräsentativität werden Verzerrungen der Altersverteilung im Ausgangssample (370 Fragebögen) durch eine der Gesamtbevölkerung entsprechende Gewichtung korrigiert, wodurch sich die Samplegröße auf 369 verringerte.

Die Struktur des gewichteten Samples stellt sich wie folgt dar: 53,1% Frauen und 46,9% Männer. 29% sind zwischen 16 und 24 Jahre alt, 37% zwischen 25 und 34 sowie 34% zwischen 35 und 44. 55,5% verfügen über einen Hochschulabschluss. Der hohe Akademikeranteil ist zwar nicht repräsentativ, für die intendierten Analyse Zwecke – insbesondere in Abgrenzung zu Nicht-Akademikern – jedoch hinreichend aussagekräftig.

56,9% der Teilnehmer sind sozialen Netzwerken gegenüber eher positiv eingestellt, 10,2% äußern sich ablehnend. Intensivnutzer (49,4%) und Nicht-Intensivnutzer (50,6%) halten sich die Waage, wobei sich 44,5% ein niedriges – und damit eher passives – Aktivitätsniveau zuschreiben. 22,3% der Nutzer attestieren sich ein hohes Aktivitätsniveau. 31% der Befragten weisen ein niedriges faktisches Urheberrechtswissen aus, 48,7% ein mittelmäßiges sowie 20,3% ein hohes. Eine gegenteilige Verteilung der Werte ergibt sich für das selbstgeschätzte Urheberrechtswissen. 22,6% attestieren sich ein niedriges Wissen, 43,8% ein mittelmäßiges und 33,7% ein hohes. In Bezug auf die Urheberrechtspraxis ist feststellbar, dass 53,1% der befragten noch nie auf das Veröffentlichen eines Beitrages verzichtet haben. Jedoch haben 49,3% bereits von Creative Commons Content Gebrauch gemacht und 14,4% haben bereits einmal Content unter Creative Commons Lizenzen zur Verfügung gestellt.

## 5.2. Übereinstimmung zwischen selbstgeschätzter und faktischer Legal Literacy

Bezugnehmend auf die FF1 – *Stimmt das selbstgeschätzte und das faktische Urheberrechtswissen bei SN-Nutzern überein?* – kann festgehalten werden, dass 47,9% der Nutzer ihr Wissen gemessen an der Anzahl der korrekten Antworten richtig einschätzen, wobei 15,5 % ihren Wissensstand unterschätzen und 36,6 % ihren Wissensstand überschätzen. Weiters ist eine Übereinstimmung zwischen der selbstgeschätzten und faktischen Legal Literacy insofern feststellbar, als jene Personen, die über einen höheren Wissen verfügen, ihr Wissen auch höher einschätzen ( $R = 0,429***$ ). Jene mit niedrigem faktischen Urheberrechtswissen tendieren zur Überschätzung ihres Wissenstandes ( $R = -0,480***$ ).

## 5.3. Einflussfaktoren auf die Legal Literacy

Bezugnehmend auf die FF2 – *Welche Faktoren beeinflussen das selbstgeschätzte und das faktische Urheberrechtswissen der SN-Nutzer?* – zeigt sich eine interessante Befundlage (Tabelle 3).

	Selbsteingeschätzte LL	Faktische LL
Alter: 16–24	<b>-0,931***</b>	<b>-0,738**</b>
	(0,301)	(0,305)
Alter: 25–34	-0,274	-0,333
	(0,253)	(0,255)
Dummy: männlich	<b>0,444**</b>	<b>0,484**</b>
	(0,221)	(0,224)
Dummy: kein Hochschulabschluss	<b>-0,422*</b>	<b>-0,846***</b>
	(0,236)	(0,243)

Dummy: kein Intensivnutzer	-0,207 (0,222)	<b>-0,436*</b> (0,226)
Aktivitätsniveau (niedrig)	<b>-0,515*</b> (0,280)	<b>-0,626**</b> (0,283)
Aktivitätsniveau (mittel)	-0,378 (0,278)	<b>-0,525**</b> (0,279)
Einstellung (negativ)	0,217 (0,364)	-0,250 (0,368)
Einstellung (neutral)	<b>-0,625***</b> (0,232)	-0,287 (0,235)
Pseudo-R <sup>2</sup>	0,156	0,171
N	369	369
Anmerkung: *** p < 0,01; ** p < 0,05; * p < 0,1		

Tabelle 3: Gewichtete Ergebnisse der ordinalen Regressionsanalyse zu Legal Literacy

Auf die *selbstgeschätzte Legal Literacy* haben die Faktoren Alter, Geschlecht, Bildung, Aktivitätsniveau und die Einstellung eine signifikante Wirkung. Die Altersgruppe der 16- bis 24-jährigen schätzt ihr Urheberrechtswissen signifikant geringer ein als die Vergleichsgruppen (0,931\*\*\*). Eine Betrachtung nach dem Geschlecht offenbart, dass Männer ihr Wissen höher einschätzen als Frauen (0,444\*\*). Weiters zeigt sich, dass Nutzer mit einem geringen Bildungsniveau ihr Wissen niedriger einschätzen (0,422\*). Weniger aktive SN-Nutzer (Nutzer, die posten, teilen, liken, kommentieren etc.) schätzen ihr Wissen geringer ein (-0,515\*) ebenso wie jene Nutzer, die eine neutrale bzw. indifferente Einstellung gegenüber SN hegen (-0,625\*\*\*). Mit einem Pseudo-R<sup>2</sup> nach Nagelkerke von 0,156 ist dieses Modell hinreichend valide.

Bei der faktischen Legal Literacy zeigt sich, dass bis auf die Einstellung der Probanden gegenüber SN alle anderen Prädiktoren eine signifikante Auswirkung haben. Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass mit abnehmendem Alter (-0,738\*\*), Bildungsgrad (-0,846\*\*\*), Nutzungsintensität (-0,436\*) und Aktivitätsniveau (-0,626\*\*) das faktische Wissen tendenziell niedriger ist, wobei Männer über einen höheren faktischen Wissensstand verfügen als Frauen (0,484\*\*). Mit einem Pseudo-R<sup>2</sup> nach Nagelkerke von 0,171 ist dieses Modell hinreichend valide.

#### 5.4. Zusammenhang zwischen Urheberrechtswissen und -praxis

Bezugnehmend auf FF3 – *Existiert ein Zusammenhang zwischen dem faktischen Urheberrechtswissen und der Urheberrechtspraxis von SN-Nutzern?* – ist ebenfalls ein signifikant positiver Zusammenhang feststellbar. Je höher das faktische Urheberrechtswissen umso eher wurde bereits einmal auf die Veröffentlichung eines urheberrechtlich geschützten Beitrages verzichtet (R = 0,207\*\*\*), umso eher hat man bereits von Creative Commons Content Gebrauch gemacht (R = 0,352\*\*\*) bzw. selbst Content unter Creative Commons lizenziert (R = 0,373\*\*\*). Allerdings sind jene Nutzer mit einer fortgeschrittenen Urheberrechtspraxis signifikant älter (R = 0,305\*\*\*). Ein interessantes Bild zeichnet sich auch bei der Analyse der Einflussfaktoren auf die Urheberrechtspraxis. Besorgniserregend ist die Bestandsaufnahme in der Altersgruppe der 16- bis 24-jährigen. De facto hat in dieser Altersgruppe kaum jemand auf das Veröffentlichlichen eines Beitrages verzichtet (-1,268\*\*\*). Weiters ist der Gebrauch von Creative Commons Content sehr schwach ausgeprägt (-0,951\*\*). Eine detaillierte Darstellung dieser aufschlussreichen Ergebnisse würde jedoch den Rahmen dieses Beitrages sprengen und ist Gegenstand einer weiterführenden Analyse.

## 6. Conclusio und Limitationen

Limitierend gilt festzuhalten, dass die Erhebung der Daten auf Basis der Selbstselektion und der Selbstbeauskunftung erfolgte, woraus sich Verzerrungen in Bezug auf Selbstdarstellung (z.B. soziale Erwünschtheitseffekte) ergeben. Das Erhebungsdesign orientierte sich jedoch an internationalen Standards der Literacy-Forschung,

wodurch sichergestellt wurde, dass die Verzerrungseffekte minimiert und entsprechende Vergleichbarkeit mit anderen Befunden hergestellt werden konnten. Grundsätzlich ist in Übereinstimmung mit anderen Studien [RAKEBRAND 2014, BAUER 2011, GfK 2013 & 2015] feststellbar, dass eine Diskrepanz zwischen effektivem Urheberrechtswissen und eine daran geknüpfte Praxis existiert. Faktoren wie Alter, Bildungsgrad, Geschlecht, Aktivitätsniveau und Nutzungsintensität haben einen signifikanten Einfluss auf das faktische Urheberrechtswissen, wobei der Wissenstand mit abnehmendem Alter und Bildungsgrad sinkt, bei tendenzieller Überschätzung des eigenen Wissensstandes bei jüngeren Nutzern. Dies ist dahingehend problematisch, als insbesondere in jungen Nutzergruppen das Aktivitätsniveau und die SN-Nutzung sehr hoch sind. Besorgniserregend ist weiters, dass den jüngeren Nutzern ein tendenziell achtloser Umgang bei der aktiven Nutzung sozialer Netzwerke zugeschrieben werden kann. In Summe muss daher die Legal Literacy in Bezug auf das Urheberrecht in der untersuchten Nutzergruppe als unzureichend eingestuft werden. Die vorliegende Studie konnte dazu beitragen, ein differenzierteres Verständnis der Problemlage zu entwickeln, wodurch eine Grundlage für die Planung und Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der Rechtskompetenz gelegt wurden, die in Folgestudien ausgearbeitet werden sollen. Denn es ist notwendig, dass Nutzer von sozialen Netzwerken ein notwendiges und hinreichendes Maß an Legal Literacy entwickeln, welches ihnen erlaubt, die Balance zwischen ihrer Kommunikationspraxis im Internet und den urheberrechtlichen Anforderungen zu wahren [GATHEGI 2014, S. 101 f.].

## 7. Referenzen

- ACRL (2016). Information Literacy Competency Standards for Higher Education. In: <http://www.ala.org/acrl/standards/informationliteracycompetency>, zuletzt abgerufen am 21. Oktober 2016.
- AUBRAM, T., KOVAROVA-SIMECEK, M., WANZENRIED, G. (2016). Financial Literacy, Pension Planning, and Investment Behavior - A Comparative Study between Austria and Switzerland. SSRN Electronic Journal. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2834869>.
- AUFDERHEIDE, P., MILOSEVIC, T., & BELLO, B. (2015). The impact of copyright permissions culture on the US visual arts community: The consequences of fear of fair use. *New Media & Society*. <http://doi.org/10.1177/1461444815575018>.
- AX-FULTZ, LAURA (2015). Igniting the Conversation: Embracing Legal Literacy as the Heart of the Profession. In: *LAW LIBRARY JOURNAL* Vol. 107:3, p. 421–439.
- BAUER, C. (2011). User Generated Content. Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- BERGER, S. & BUESCHING, A. (2011). Strategien von Communities im Web 2.0. In G. Walsh, B. H. Hass & T. Kilian (Hrsg.), *Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien* (2. Aufl.) (S. 21–32). Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- CHARBONNEAU, D. H., & PRIEHS, M. (2014). Copyright Awareness, Partnerships, and Training Issues in Academic Libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, 40(3–4), 228–233. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2014.03.009>.
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (2007). A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels.
- DRYDEN, J. (2010). What Canadian Archivists Know About Copyright and Where They Get Their Knowledge. *Archivaria*, 69, S. 77–116.
- EDWARDS, L., KLEIN, B., LEE, D., MOSS, G., & PHILIP, F. (2015). «Isn't it just a way to protect Walt Disney's rights?»: Media user perspectives on copyright. *New Media & Society*, 17(5), 691–707. <http://doi.org/10.1177/1461444813511402>, zuletzt abgerufen am 10. Januar 2017.
- GATHEGI, J. N. (2014). Social Media Networking Literacy: Rebalancing Sharing, Privacy, and other Observance. In S. Kurbanoğlu, S. Špiranec, E. Grassian, D. Mizrachi & R. Catts (Hrsg.), *Information Literacy. Lifelong Learning and Digital Citizenship in the 21st Century* (S. 101–108). Berlin: Springer-Verlag.
- GfK (2013). «Studie zur digitalen Content Nutzung». [http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/publikationen/DCN-Studie\\_2013\\_Vollversion\\_Final.pdf](http://www.musikindustrie.de/fileadmin/news/publikationen/DCN-Studie_2013_Vollversion_Final.pdf), zuletzt abgerufen am 19. Juni 2016.
- GfK (2015). Nutzung der sozialen Netzwerke in Österreich. [http://www.gfk.com/fileadmin/user\\_upload/dyna\\_content/AT/PM\\_2016/GfK\\_Soziale\\_Medien\\_Folien\\_04022016.pdf](http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/AT/PM_2016/GfK_Soziale_Medien_Folien_04022016.pdf), zuletzt abgerufen am 21. März 2016.

- HANNAH, M. A. (2010). Legal Literacy: Coproducing the Law in Technical Communication. *Technical Communication Quarterly*, 20(1), 5–24. <http://doi.org/10.1080/10572252.2011.528343>.
- HOHLFELD, R. & GODULLA, A. (2015). Das Phänomen der Sozialen Medien. In G. Hornung & T. Kilian, *Rechtshandbuch Social Media* (S. 11–34). Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- HORNUNG, G. & MÜLLER-TERPITZ, R. (Hrsg.). (2015). *Rechtshandbuch Social Media*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- ISPA (2013). Griffbereit. Das Urheberrecht in 24 Bits. In: [https://www.saferinternet.at/uploads/tx\\_simaterials/Ratgeber\\_Urheberrecht\\_01.pdf](https://www.saferinternet.at/uploads/tx_simaterials/Ratgeber_Urheberrecht_01.pdf), zuletzt abgerufen am 20 Juli 2016.
- KOLTAY, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221. <http://doi.org/10.1177/0163443710393382>.
- KREUTZER, T. (2011). Verbraucherschutz im Urheberrecht. [http://www.vzbv.de/sites/default/files/mediapics/urheberrecht\\_gutachten\\_2011.pdf](http://www.vzbv.de/sites/default/files/mediapics/urheberrecht_gutachten_2011.pdf), zuletzt abgerufen am 29. Juni 2016.
- LUCKMANN, S. (2008). Turning play into pay: Digital literacies and new lessons for the post-Web 2.0 Generation. In: *Media International Australia*, 128/2008, p. 112–120.
- LUSARDI, A., MITCHELL, O.S. (2011). Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing. National Bureau of Economic Research.
- MORRISON, C. & SECKER, J. (2015). Copyright literacy in the UK: a survey of librarians and other cultural heritage sector professionals. *Library and Information Research*, 39 (121), S. 75–97.
- MURIEL-TORRADO, E., & FERNÁNDEZ-MOLINA, J.-C. (2015). Creation and Use of Intellectual Works in the Academic Environment: Students» Knowledge About Copyright and Copyleft. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(4), 441–448. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.05.001>.
- OPPENHEIM, C.; WOODWARD, I. (2004). A survey of copyright advice and guidance in UK higher education libraries. <http://www.lirjournal.org.uk/lir/ojs/index.php/lir/article/view/167/214>, zuletzt abgerufen am 19. Juni 2016.
- O'NEILL, B. (2010). Media Literacy and Communication Rights: Ethical Individualism in the New Media Environment. *International Communication Gazette*, 72(4–5), 323–338. <http://doi.org/10.1177/1748048510362445>.
- RAKEBRAND, T. (2014). «Gehört das dann der Welt oder YouTube?» Junge Erwachsene und ihr Verständnis vom Urheberrecht im Web 2.0. München: kopaed.
- RODRIGUEZ, J. E., GREER, K., & SHIPMAN, B. (2014). Copyright and You: Copyright Instruction for College Students in the Digital Age. *The Journal of Academic Librarianship*, 40(5), 486–491. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2014.06.001>.
- SCHILTZ, M., TRUYEN, F., & COPPENS, H. (2007). Cutting the Trees of Knowledge: Social Software, Information Architecture and Their Epistemic Consequences. *Thesis Eleven*, 89(1), 94–114. <http://doi.org/10.1177/0725513607076135>.
- SCHMIDT, L., & ENGLISH, M. (2015). Copyright Instruction in LIS Programs: Report of a Survey of Standards in the U.S.A. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(6), 736–743. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.08.004>.
- SCHWARTMANN, R. (2012). Vergleichende Studie über Modelle zur Versendung von Warnhinweisen durch Internet-Zugangsanbieter an Nutzer bei Urheberrechtsverletzungen. <http://bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Technologie-und-Innovation/warnhinweise-lang,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>, zuletzt abgerufen am 20. Juni 2016.
- STATISTIK AUSTRIA (2015). IKT-Einsatz in Haushalten 2015. [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/energie\\_umwelt\\_innovation\\_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz\\_in\\_haushalten/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html), zuletzt abgerufen am 19. Juni 2016.
- TADDICKEN, M. & BATINIC, B. (2014). Die standardisierte Online-Befragung. In M. Welker (Hrsg.), *Handbuch Online-Forschung* (S. 151-175). Halem: Hubert von Halem Verlag.
- TODOROVA, T., TRENCEVA, T., KURBANOĞLU, S., DOĞAN, G., HORVAT, A. & BOUSTANY, J. (2014). A Multinational Study on Copyright Literacy Levels of LIS Professionals. <http://ecil2014.ilconf.org/wp-content/uploads/2014/11/Todorova.pdf>, zuletzt abgerufen am 19. Juni 2016.
- VAN ROOIJ, M., LUSARDI, A., ALESSIE, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics* 101, 449–472. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>.
- ZARISKI, A. (2014). *Legal Literacy. An Introduction to Legal Studies*. Edmonton: AU Press, Athabasca University.
- ZIMMER, D. (2012/2015). *Geistiges Eigentum und Verbraucherschutz*. Wien: Arbeiterkammer.