

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