

Editorial

Mit Heft 1 des vierten Jahrgangs der UFITA bewegen wir uns im nunmehr zweiten Jahr der Covid19-Pandemie mit ihren auch für den Wissenschaftsbetrieb erheblichen Einschränkungen.

Diese wiegen im Jahr 2021 allerdings nicht nur vor dem Hintergrund zunehmender Impfquoten weniger schwer, vielmehr haben sich die beteiligten Akteure an die neuen Umstände angepasst: Zunehmend routiniert manövrieren Teilnehmer und Vortragende durch die verschiedenen digitalen Veranstaltungsformate und -plattformen, die persönliche Gespräche und Begegnungen vielfach ergänzen, teilweise auch noch immer ganz ersetzen. Das gilt auch für das diesjährige UFITA-Symposium des Instituts für Urheber- und Medienrecht (IUM), das in wissenschaftlicher Kooperation mit dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR) am 2. Juli 2021 in einem Onlineformat und mit einem großem Teilnehmerkreis stattgefunden hat. Die hochaktuellen Vortragsthemen unter dem Veranstaltungstitel **„Der Medienstaatsvertrag und Rechtsdurchsetzung im Online-Bereich“** trugen zu einem wiederum informativen und interessanten Symposium bei, das trotz des „Alternativformats“ in eine spannende Abschlussdiskussion führte. Die rechtlichen und kommunikationswissenschaftlichen Beiträge zu diesem Symposium werden teilweise im kommenden Heft 2/2021 abgedruckt.

Heft 1/2021, das nun vor Ihnen liegt, enthält ebenfalls eine breite Auswahl an Themen aus den Bereichen des Medienrechts sowie der Medienwissenschaft.

Zunächst befasst sich *Tanjev Schultz* mit dem Spannungsverhältnis zwischen **„Moralisierung und Meinungsfreiheit“**. *Schultz* analysiert in seinem Beitrag das allgemein und auch in den Medien wahrnehmbare Phänomen der „Cancel Culture“ und stellt die „heikle Frage“, ob diese die journalistische Arbeit beeinträchtigt. Im Rahmen seiner Betrachtungen nähert sich der Autor ausgesuchten Sachverhalten an, die auch außerhalb der wissenschaftlichen Diskussion Aufmerksamkeit hervorgerufen haben, wie beispielsweise dem viel zitierten Beitrag „Oma Umweltsau“ (*WDR*) oder dem umstrittenen Artikel der *Süddeutschen Zeitung* über *Igor Levit*. Der Beitrag analysiert die Thematik aus moraltheoretischer und kommunikationswissenschaftlicher Sicht und erörtert den Umgang journalistischer Redaktionen mit moralischer Empörung. Zudem zeigt der Autor Instrumente auf, mit denen die Reaktionsmuster „Kehrtwende“ oder „Kurshalten“ umgesetzt werden können, und er diskutiert die Implikationen für die Meinungs- und Pressefreiheit.

Im darauffolgenden Beitrag beschäftigt sich *Tobias Mast* unter dem Titel **„Staatlich organisierte Hintergrundkreise mit Journalisten“** mit der presserechtlich sehr relevanten Frage nach der Zulässigkeit von Gesprächsformaten, die im „Panoptikum der staatlichen journalistischen Kommunikationsbeziehungen“ alltäglich sind, aber Bedrohungspotentiale bezüglich der Unabhängigkeit der beteiligten Journalisten mit sich bringen. Der Beitrag wertet insbesondere die empirischen und sozialwissenschaftlichen Erkenntnisse bzgl. einer möglicherweise durch die Hintergrundgespräche entstehenden symbiotischen Nähe zwischen Journalisten und Staatsvertretern aus und ordnet die Erkenntnisse in die verfassungs-

rechtliche Dogmatik der „legitimen Nichtöffentlichkeit“, der Presseförderung sowie der staatlichen Öffentlichkeits- und Medienarbeit ein.

Der dritte Beitrag wendet sich dem Thema Erhöhung der Transparenz und damit einem zentralen Leitmotiv neuerer medienrechtlicher Reformbestrebungen zu. Im regulatorischen Mehrebenensystem des Medienrechts sind unterschiedlich weit reichende Transparenzvorgaben zu finden, die zuletzt unter anderem durch den Medienstaatsvertrag auch auf Medienintermediäre ausgedehnt werden. Die Bedeutung und Wirkungsweise dieser Transparenzverpflichtungen sind aufgrund ihrer relativen Neuheit und einer nicht offensichtlich sichtbaren digitalen Erscheinungsweise noch immer nicht sehr bekannt. *Ralf Müller-Terpitz* betrachtet in seiner vorliegenden Analyse einen ganz spezifischen Bereich dieser Thematik, nämlich die **„Algorithmen-Transparenz von Medienintermediären“**. Dabei wird sowohl die Reichweite einer solchen Transparenz der „Aufmerksamkeitssteuerung[s]“-Maschinen dargelegt, als auch deren verfassungsrechtliche Grenzen, insbesondere zum Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen der die Algorithmen einsetzenden Unternehmen, beleuchtet.

Dass der Onlinebereich und die Verbreitung audiovisueller Medien durch die Neuerungen des Medienstaatsvertrags regulatorisch neu angegangen wird, zeigt sich auch im Beitrag von *Jonas Brüggmann*. Dieser richtet den Blick auf live ausgestrahlte Bewegtbilder im Netz und fragt in seinem Beitrag **„Livestreaming im Licht des Medienstaatsvertrags – Neue Klarheit oder fortwährendes Damoklesschwert?“**, welche Auswirkungen die Neuregelungen haben. Die Auswirkungen des seit November 2020 in Kraft befindlichen Medienstaatsvertrags auf die verschiedenen Erscheinungsweisen des Livestreamings und der Anbieter – von erfolgreichen gewerblichen Streamern mit großer Reichweite bis hin zu den Hobby-Streamern mit einem kleineren Zuschauerkreis – hängt auch von der Auslegung des Anwendungsbereichs ab. Dazu untersucht *Brüggmann* die neue „Bagatellrundfunk“-Klausel und die daraus folgenden Ausnahmen mit Blick auf Internet-Livestreams und stellt die Frage, ob es eine Zulassungspflichtigkeit für diese Livestreams gibt.

Im letzten Aufsatz dieser Ausgabe werden – wiederum im Internetkontext – Influencer und deren werbliche Aktivitäten thematisiert. Diese Akteure, die in sozialen Netzwerken zumeist inszenierte Einblicke in ihr privates Leben sowie ihre künstlerischen, sportlichen, technischen oder modischen Aktivitäten gewähren, sind auch in der „Vermarktung“ wichtige Player. Dabei ist der Begriff des „Influencers“ zumindest irreführend, denn regelmäßig wollen die oft jungen Protagonisten nicht lediglich „beeinflussen“, sondern gezielt Produkte oder Dienstleistungen anpreisen. Dabei ermöglichen das Onlineformat und die oft parallel bespielten Plattformen Kanäle, die der klassischen Werbung nicht offenstehen. Gerichte mussten sich daher verstärkt mit der Frage auseinandersetzen, ob und inwieweit derartige Beiträge als Werbemaßnahmen wettbewerbs- oder medienrechtlich kennzeichnungspflichtig sind. *Stefanie Will* betrachtet **„Werbung durch Influencer“** daher genauer und analysiert kritisch, ob die geplanten Änderungen im UWG erforderlich oder überflüssig sind.

Wie immer beschließen wir die aktuelle Ausgabe der UFITA sowohl mit einer Auswahl an Rezensionen zu wichtigen Publikationen aus der medienrechtlichen und medienwissen-

schaftlichen Forschung als auch mit einer umfassenden Zeitschriftenschau, die eine Auswahl zentraler deutsch- und englischsprachiger Beiträge der ersten Jahreshälfte 2021 enthält.

Wir würden uns freuen, wenn uns gelungen ist, Ihnen eine inhalts- und umfangreiche Ausgabe vorzulegen, bei der die Auswahl der abgedeckten Themen Ihr Interesse findet. Gleichzeitig laden wir Sie wie immer ein, für die zukünftigen Ausgaben eigene Beitragsvorschläge einzureichen oder Vorschläge für Buchbesprechungen zu machen.

Für diese und alle anderen Anregungen und Kommentare erreichen Sie uns beide per E-Mail: ufita@nomos.de

Zuletzt möchten wir uns auch im Namen aller Herausgeber der UFITA ganz herzlich bei unseren Mitarbeitern Konstantin Neumann, Thorsten Hotz und Sebastian Zeitmann bedanken, die uns bei der Erstellung dieses Heftes tatkräftig unterstützt haben.

Prof. Dr. Mark D. Cole, EMR Saarbrücken/Universität Luxemburg

Prof. Dr. Nadine Klass, LL.M. (Wellington), IUM München/Universität Mannheim

Die UFITA in Kürze: Konzept und Manuskripte

Der Name UFITA geht zurück auf die erstmalige Veröffentlichung der Zeitschrift als *Urheber-, Film- und Theaterrechts-Archiv* im Jahr 1928.

Der neue Untertitel *Archiv für Medienrecht und Medienwissenschaft* dokumentiert die 2018 begonnene Neuausrichtung, welche zum Ziel hat, angesichts des gegenwärtigen Medien- und Öffentlichkeitswandels ein interdisziplinäres Forum für die Zusammenarbeit mit der Kommunikations- und Medienwissenschaft zu schaffen.

In Aufsätzen und Gutachten namhafter Autoren sollen zum einen grundlegende Fragestellungen und aktuelle Entwicklungen in der Medien- und Urheberrechtswissenschaft mit ihren rechtsphilosophischen, rechtshistorischen, methodologischen sowie ökonomischen Grundlagen adressiert werden. Zum anderen soll aber auch die Möglichkeit geschaffen werden, dass Forschung und Praxis in Medienrecht, Medienpolitik und Medienwissenschaft die grundlegenden Erkenntnisse dieser eng miteinander verwobenen Disziplinen verfolgen können, ohne im jeweilig anderen Gebiet Experte zu sein oder die Veröffentlichungen aus diesem Forschungsfeld umfassend kennen zu müssen. Zudem sollen auch wichtige medienpolitische Debatten kritisch begleitet werden.

Die halbjährlich – auch online – erscheinende UFITA enthält neben einem Aufsatzteil, der ebenfalls englischsprachige Beiträge sowohl zum Medienrecht als auch zur Medienforschung enthalten kann, auch Rezensionen und eine ausführliche Zeitschriftenschau. Zudem ist die UFITA auch ein Ort für Schwerpunktthemen, die von auswärtigen (Gast-)Redaktionen, beispielsweise im Rahmen von Tagungen, konzipiert werden können.

Die Begutachtungsverfahren für eingereichte Beiträge sind an die Wissenschaftspraxis in den einzelnen Disziplinen angepasst: Für den Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft wird das bewährte Peer Review-Verfahren eingesetzt, d.h. alle in der UFITA publizierten Beiträge zu Themen der Kommunikations- und Medienwissenschaft durchlaufen vor der Veröffentlichung ein Begutachtungsverfahren. Die eingereichten Manuskripte werden hierbei anonymisiert von mindestens zwei externen Gutachter/innen geprüft. Die Stellungnahmen der Gutachter/innen werden den Autoren/innen dann ebenfalls in anonymisierter Form zugänglich gemacht. Ergänzend werden den Autoren/innen Hinweise aus der Redaktion zugeleitet. Für den Bereich der Rechtswissenschaft werden jeweils zwei Herausgeber das Begutachtungsverfahren übernehmen und entsprechende Hinweise und Anregungen mit den Autoren diskutieren. Zugleich wird die Schriftleitung alle Beiträge einer letzten Review unterziehen. Hierdurch möchten wir sicherstellen, dass die UFITA das Versprechen eines hohen Qualitätsstandards auch gewährleisten kann.

Getragen wird die neue UFITA vom **Institut für Urheber- und Medienrecht (IUM, München)** sowie vom **Institut für Europäisches Medienrecht (EMR, Saarbrücken)**, die mit eigenen Veranstaltungen und Forschungsvorhaben zentrale Themenbereiche der UFITA abdecken.