

DIE REFIKTION

ein kommunikationswissenschaftliches Manifest
von Thomas Kleinhagauer

Mein großer Dank geht an **Emine Prausmüller**, meinen Söhnen **Laurens** und **Sebastian** und an alle unterstützenden Kleinhagauers, ohne Euch wären die folgenden Seiten nie entstanden.

DANKE FÜR ALLES

Im Jahr 2009 wurde im Rahmen des Bakk-Seminars bei Dr. Adolf Marian die Idee geboren Wissenschaft in eine neue Richtung zu treiben:

Die wissenschaftliche Untersuchung von Fiktionen soll dabei helfen, universitäre Verantwortung auch im politischen und gestalterischen Sinne zu übernehmen.

Mögen kein Gedanke verloren gehen.

I. Akt (Theorie)

die REFIKTION

Was werden Menschen mit Medien machen?ab Seite 5

II. Akt (Praxis)

„LIVE“ spricht fürs Leben!

live  .tv

.....ab Seite 37

I . A K T

die REFIKTION

Was werden Menschen mit Medien machen?

Kommunikationswissenschaftliches

Manifest konstruktiven Denkens

Betreuer:

Dr. phil. Adolf Marian

SS 2009

„Alles ist endgültig vorläufig!“

Siegfried J. Schmidt
Audimax der Uni-Wien, im Jänner 2007

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung.....	9
1.1 Relevanz-.....	10
1.2 Ziel dieser Arbeit.....	10

I. THEORETISCHER TEIL

2. Begriffsdefinitionen.....	11
2.1 Radikaler Konstruktivismus.....	11
2.2 Kybernetik.....	12
2.3 Universaltheorie.....	13
2.4 Epistemologische Kultur.....	13
2.5 Emanzipatorisches Paradigma.....	14
2.6 Formulierung der Refiktion.....	15

II. EMPIRISCHER TEIL

3. Forschungsleitende Fragestellung.....	16
4. Operationalisierung.....	16
5. Methodenbeschreibung.....	17
6. Forschungsablauf.....	18
7. Ergebnisdiskussion.....	30
8. Verifizierung der Hypothese.....	32
9. Fazit und Interpretation zum nun erweiterten Forschungsstand.....	32
10. Ausblick und weitere Schritte.....	33
11. Literaturverzeichnis.....	35
12. Online-Verzeichnis.....	36

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Methodenübersicht (Lojka / Wippersberg, 2008:23)23

Tabelle 2: Problemfelder Refiktion31

I. THEORETISCHER TEIL

1. EINLEITUNG

Diese Arbeit soll untermauern, dass es durchaus Sinn macht, dass sich Wissenschaft nicht ausschließlich auf das beschränkt, was bereits vorhanden ist, sondern auch jenes nicht aus den Augen verlieren darf, was sein könnte und vielleicht eben auch besser sein sollte. Es handelt sich also um eine politische, wissenschaftlich gesehen um eine paradigmatische, Dimension wissenschaftliches Arbeiten zu beleuchten.

Die Aufgabe jeder wissenschaftlichen Arbeit (und auch dieser) besteht darin gesellschaftlich-relevante Gegenstände zu untersuchen, um eine Art gemeinschaftliche Basis zu finden, die unsere Welt erklären soll. Es wird kollektives Wissen gefördert. Natürlich fällt auch diese Arbeit in jene Kategorie, allerdings steht auf Grund der Voraussetzungen des Entstehens dieser Zeilen, ein grundsätzlicher Gedanke voraus, der sich aus folgender Frage ableitet. Wie kann man das Schaffen von Wissen in einem einigermaßen relevanten Spektrum halten, ohne zuvor einen akademischen Grad erreicht zu haben?

Studenten, die nach nur wenigen Jahren des Studiums erste Hypothesen und Forschungsfragen finden müssen, sind dem Zwang herkömmliche Wege gehen zu müssen, ausgesetzt, da diese Vorgaben intersubjektive Nachvollziehbarkeit bewahren sollen. Die Freiheit des Gedanken wird geleitet und vordiktiert. Dies prägt natürlich gerade in der ersten Lehrzeit des wissenschaftlichen Vorgehens eine Art Dogma, basierend auf Verhaltensnormen der Erwünschtheit und Kultur, was keinen optimalen Nährboden für Neues bietet. Und gerade um das geht es ja in der Wissenschaft. Das Ziel ist die Änderung des Status Quo, die Erweiterung des Forschungsstandes und das Emanzipieren von menschlicher Historie.

Um gültige Qualitätskriterien bisheriger Untersuchungsleistung nicht in Frage zu stellen und trotzdem eine Optimierung des universitären Systems anzustreben, wird der Aspekt der Konstruktionsleistung in den Mittelpunkt der Forschung gerückt. Diese beinhaltet einerseits

die Innovationskraft völlig Neues zu schaffen, andererseits allerdings auch bestehende Strukturen zu optimieren.

Die vorliegende Arbeit wird sich deshalb im Bewusstsein dieser grundlegenden Spannung mit der wissenschaftlichen Abhandlung von neuen, also fiktiven, Forschungsobjekten beschäftigen. Es wird versucht einen Ansatz zu finden, wie zukünftige Objekte der Gesellschaft mit herkömmlicher wissenschaftlicher Arbeitsleistung untersucht werden kann.

Das Ziel der Arbeit ist es, den Sinn einer Erneuerung des Kreativpotentials von Wissenschaft anzusprechen. Die Diskussion diesbezüglich allerdings ergebnisoffen zu behandeln, um Pro und Kontra dem Diskurs nicht vorwegzunehmen.

1.1. Relevanz

Da im Rahmen einer Bakk-Arbeit ein gewisser Umfang gewahrt bleiben muss, beschränkt sich die Untersuchung auf die Lehrinhalte des Institutes für Publizistik und Kommunikationswissenschaften Wien. (<http://public.univie.ac.at/index.php?id=57285> , 17.08.09) In Folge bedeutet dies einen bewussten Umgang mit der Verfolgung der Philosophie des kritischen Rationalismus und des Wiener Kreises. Hierbei liegt die Relevanz in der vorläufigen Akzeptanz einer fiktiven Wissenschaftskultur, die auf dem Prüfstand steht, um das emanzipatorische Paradigma voranzutreiben. Die Reflexion der kulturellen Bedeutung derzeitiger und zukünftig-möglicher Verfahrensweisen ist hierbei unbedingt erforderlich, auch wenn dies im Rahmen dieser Arbeit nicht vollends erläuterbar scheint. Somit liegt der eigentliche Antrieb der Forschung in der Schaffung von Denkanstößen und Machbarkeitsüberlegungen für einen reflektierenden Diskurs zu konstruktiven Sozialwissenschaften, die das kreative Potential junger Studenten nicht nur erkennt, sondern eben auch wissenschaftlich fördert.

1.2. Das Ziel der Arbeit

Das Ziel ist ein vorläufiges Fazit zu bieten, um zukünftig die Aufgaben von Universitäten in der Gesellschaft zu überprüfen und sich nochmals die Frage zu stellen, ob sie keine

prägendere Rolle übernehmen könnten. Hierzu soll das Untersuchungsergebnis dieser Arbeit reflektieren, was die Behandlung fiktiver Forschungsobjekte im Einklang mit dem Kanon derzeitiger Sozialwissenschaft leisten könnte. Es soll weiters geklärt werden, welche intersubjektive Leistung hierdurch geboten wird und wo die Problem- und Grenzbereiche liegen. Eine Auflistung von positiven und negativen Eigenschaften versorgt im Anhang Befürworter und Gegner mit argumentativer Munition für kommende Diskurse.

2. BEGRIFFSDEFINITIONEN

Die Begriffsbeschreibung gibt Aufschluss über das Verständnis und die Art und Weise, wie diese Grundlagen in der Arbeit betrachtet werden. Sie ist somit nicht nur Beschreibung von Begriffen sondern auch ein Aspekt, der damit vermittelt werden soll

2.1. Radikaler Konstruktivismus

Die philosophische Theorie des Konstruktivismus besagt, dass der Mensch als biologische Lebensform durch die unterschiedliche Wahrnehmungsfähigkeit von Informationen aus seiner Umwelt niemals in der Lage ist, das gesamte Spektrum der Informationsfülle zu verarbeiten. Somit ist er zur Interpretation gezwungen. Dies bedeutet, dass in weiterer Folge die Welt, wie sie sich für uns erschließen lässt, eine reine Konstruktion der wahrnehmenden Sinne und deren mit ihnen einhergehenden Verarbeitungsprozesse ist. Somit ist die Unmöglichkeit des Nachvollziehens vollständiger Wahrheit von Gegebenheiten das Dogma des radikalen Konstruktivismus. Dieser geht weiters davon aus, dass die objektive Realität dem Individuum so wie auch dem intersubjektiven Konsens der Gesellschaft im Hinblick auf biologische Unzulänglichkeit verborgen bleibt. Die Wahrheit und somit auch deren Wahrheitsfindung bleiben somit der Wissenschaft durch die große „Endgültigkeit der Vorläufigkeit“ (Schmidt, 2003:26) verwehrt. Im Detail betrachtet, bedeutet dies, dass unsere Theorien nur solange Bestand haben, solange sie nicht falsifiziert wurden. Dieser Gedankengang prägt auch einen der wichtigsten Begründer der empirischen Logik unserer heutigen Wissenschaftsverfahren. Sir Karl Popper entwickelte nämlich diesbezüglich den Ansatz, dass sich nur auf Grund des Wissens um Vorläufigkeit eine kritische Logik begründen lässt. Diese

muss sich ergo mit dem Dogma der Verwundbarkeit evolutionär auseinandersetzen und sich selbst zum Scheitern drängen. Die dem Verfahren der Falsifikation überlebenden Theorien besitzen demnach vorläufig das Existenzrecht (vgl. <http://www.uni-kiel.de/sportalt/paedagogik/methoden/Popper.pdf> , 18.08.09). Werden Hypothesen und Theorien einmal geboren, sind diese im Sinne des radikalen Konstruktivismus selbst nur ein Konstrukt unserer Wahrnehmung. Sie bilden somit einen künstlichen und reflexiven Rahmen, um weitere wissentliche Irrtümer zu begehen. Um diesen philosophischen Alpha-Fehler so gering wie möglich zu halten, ist es erforderlich selbst die Art und Weise, wie wir die Welt erschließen zu kritisieren. Die eigentliche Kompetenzerschließung aus der Lehre der fehlerhaften Konstruktion liegt also im Beobachten der Beobachtung. Die kritische Reflexion der Forschung aus der 2.Reihe oder auch Ordnung genannt, ist Grundlage aller Logismen des kritischen Rationalismus, aber auch deren philosophischen Nachkommen. Es handelt sich um die Konstruktion einer Welt auf Grundlage vorauskonstruierter Wahrnehmung und Prägung. Dieser Vorgang ist einem zyklischen System von parallel-nebeneinander bestehenden zirkulären Handlungs- und Wahrnehmungsprozessen unterstellt, die sich in einer Art Re-Entry wiederholend mit dem Thema zwischen Voraussetzung, Fiktion und Wahrnehmung beschäftigt.(vgl. Schabacher, 2007 : 72) Das wissenschaftliche Feld, das sich mit dieser Thematik beschäftigt nennt sich Kybernetik.

2.2. Kybernetik

Exakt nach dem Forschungskanon lässt sich diese wie folgt beschreiben. In der neurologischen Begründung dieser parallelen Prozessfähigkeit kann man hierbei sehr klar den intersubjektiven empirischen Impulsgeber erkennen. Getrennte Bereiche im menschlichen Hirn führen gleichzeitig und dennoch im Bewusstsein als zeitlich folgend, Funktionen aus, die sich mit der Einschätzung von Situation und Themen beschäftigen.(vgl. Schabacher, 2007: 72ff) Somit lässt sich schon einmal vorweg nehmen, dass das Ziel menschlichen Denkens und Nachvollziehens in einen fiktiven Kontext eingebettet ist, der unsere Handlungsabsicht begleitet, aber auch zukünftige Situationen in der Gegenwart behandelt. Abgeleitet aus der Conclusio folgt, dass die biologische Natur des Menschen dazu programmiert ist Fiktionen zu erdenken, zu prüfen und zu im Endeffekt zu schaffen.

2.3. Universaltheorie

Eine Theorie dieser Klasse besitzt hohe Reichweite, diese ist wie der Name schon sagt aus einer universellen Anwendbarkeit ableitbar. Für die Wissenschaft bedeutet dies, sowohl Philosophieersatz und Prägung, wie auch religiösen Charakter. Eine Universaltheorie ist in ihrer Begründung zirkulär. Ein wunderbares Beispiel hierfür ist „das Buch Gottes“, das durch sich selbst dem Menschen erklärt, warum es erklärt und warum es somit universelle Gültigkeit besitzt. Eine große intersubjektive Transparenz und Nachvollziehbarkeit begünstigt hierbei die Verbreitung und Anerkennung solch paradigmatischer Ideen. Sie führen die Wissenschaft in eine fokusierende Bahn, die es erleichtert Sinn und Ziel zu erkennen, um sich nicht in der Weite von Zusammenhangslosigkeit und Interdependenz zu verlieren. Allein dazwischen liegt der Glaube und die Möglichkeit glaubwürdigen Sinn von neuer Wissensschaffung zu manifestieren. Universaltheorien wirken konstruktiv, um fiktionales zu schaffen.

Allerdings gilt prinzipiell für die Sozialwissenschaft anzumerken, dass auch die am härtesten geprüften Theorien beschränkte, also mittlere, Reichweite besitzen. (vgl. Merton, 1968 zit. nach Burkart, 2002: 186f)

2.4. Epistemologische Kultur

Unsere Vorstellungsfähigkeit schafft Wissen durch die Behandlung von fiktionaler Wissenschaft, da es um die Schaffung von Wissen geht und nicht um die Anerkennung bestehender Erkenntnisse. Somit deutet die Schaffung bereits eine Manifestation von Fiktionen in der Wissensbildung an. Es handelt sich um eine klare Konstruktionsleistung die hierbei als Antrieb erkennbar ist. Diese gründet auf Nachvollzug und intersubjektive Untersuchung. Es lassen sich also Untersuchungsleistung und Konstruktionsleistung nicht nur erkennen sondern auch nicht begrifflich von einander trennen. Untersuchung bedeutet Konstruktion von Neuem, von etwas Besserem. Untersuchung bedeutet also Fiktionen zu behandeln.

2.5. Emanzipatorisches Paradigma

Dieses emanzipatorische Paradigma wurde unter Wissenschaftlern wie Adorno, Horkheimer oder auch Habermas weiterentwickelt und stellt in einem Konsens zwischen marxistischer Erhebung über den Status Quo und dem logischen Erhalt von Strukturen einen Querschnitt des heutigen Verständnisses von Wissenschaft dar. Das Ziel bleibt für alle Strömungen dieses Paradigmas dem Fortschritt der Gesellschaft Rechnung zu tragen, auch wenn die Methoden und Begründungen zum Teil sehr verschieden sind. Das Verständnis der Beobachtung von Kommunikation als hierarchisches Instrument und dessen kulturelle Konstruktion prägt den Handlungsspielraum derzeitiger Kommunikationswissenschaft. Massenmediale Verbreitung von Inhalten wird somit einer kritischen Behandlung unterzogen und in Bezug auf ihre Wirkung auf die Gesellschaft untersucht. Somit können Antworten auf Fragen auch frei von direktlinearen Kausalitäten gefunden werden, um dem einzelnen Rezipienten mehr Individualität zu attestieren, als dies bei quantitativ-statistischer Erfassung eines Prototyps mit durchschnittlichen Merkmalen der Fall ist. Die forschungsleitende Frage lautet bisher „Was machen Menschen mit Medien?“. Durch die Fokussierung auf Medien als Produkte und Produzenten von Bedarf, rückt natürlich auch deren Verhältnis zur Gesellschaft und ihren individuellen Nutzungsursachen in den Mittelpunkt der Untersuchung. Der kollektive Prozess gesellschaftlich-kybernetischer Handlungs- und Denkweisen, wie zum Beispiel das künstliche Schaffen von Rollenbildern von Mann und Frau, kann somit genauso analysiert werden, wie aber auch die diesbezügliche Bedeutung der eigenen wissenschaftlichen Kultur der strukturell-empirischen Vorgaben. Die aus der Wirkungsforschung erwachsende Aufgabe der Förderung von Medienkompetenz und deren strategischen Funktionen bedarf einer immer währenden Selbstbeobachtung, die die eigene Rolle untersucht, um etwaige kontraproduktive Einflüsse auf die Befreiungsversuche der Kommunikationswissenschaft zu erkennen und sich reflektierend auch von diesen zu befreien. Diese Förderung einer Pseudo-Unabhängigkeit von Gegebenheiten beinhaltet allerdings noch ungenügender Weise die zeitliche Dimension. Die Wahrnehmung beschränkt sich meist noch auf das Ziel einer zur Reflexion fähigen zukünftigen Gesellschaft. Die Eigenreflexion sich hierbei selbst auf den Grundsatz einer zeitbewussten Wissenschaft zu beziehen, ist die logische Anwendung der eigenen paradigmatischen Politik auf eigene Arbeitsweisen. Eine Erweiterung der Forschungen in Bezug auf neue Konstruktionen ab dem Beginn ihrer gedanklichen Existenz ist somit nicht nur unausweichlich, sondern auch ungelebter Inhalt des derzeitigen Programmes. Die Fiktion

optimierte Kommunikationssysteme zu Forschungsobjekten zu erheben, bietet diesbezüglich paradigmatisch ein Ziel und einen Weg gleichzeitig.

2.6. Formulierung „der Refiktion“

Diese Arbeit verwendet den Begriff „Refiktion“ als synonym einer speziellen Form der Fiktion, deren gesellschaftliche Leistung nach empirischer Untersuchung die zukünftige Existenz wahrscheinlicher gestaltet, als deren Abstinenz. Dies ist natürlich vorerst eine subjektive Einschätzung von Prioritäten, allerdings aber auch die Voraussetzung um intersubjektiv wahrgenommen zu werden. Es handelt sich somit um eine bereits existierende Konstruktion eines Schöpfers, die aus radikal-konstruktivistischer Sichtweise bereit zur Untersuchung ist. Damit eine Refiktion auch das Existenzrecht erklimmen kann, muss sie sich, wie ja auch Popper der Wissenschaft empfiehlt, sich selbst zum Scheitern drängen. Um dabei nicht auf der wissenschaftlichen Strecke liegen zu bleiben, müssen also klare Qualitätsmerkmale die These der Machbarkeit unterstützen. Es ist also unbedingt notwendig, dass die Refiktion kein unüberprüfbares fiktives Umfeld besitzt, sondern in derzeitige gesellschaftliche Strukturen eingebunden ist. Nur dadurch kann der Vorwurf der Abstraktion bekämpft und das Messen von fiktiver Kommunikationsleistung an Hand von bestehenden Theorien ermöglicht werden. Wie bereits erwähnt ist das Ziel dieser Arbeit der Beweis von empirischer Aussagekraft bei Bezug auf ein refiktives Forschungsobjekt. Das Ziel der Betitelung eines fiktiven Konstrukts als Refiktion ist, positiver Weise davon auszugehen, dass die Kriterien der Refiktion erfüllt werden können, um diese endgültig als Refiktion benennen zu können. Somit ist die Vorwegnahme des positiven Abschlusses der Untersuchung eine kultürliche Hilfestellung für den Beobachter Fiktives real zu behandeln, ohne abstrakt zu werden. Es ist eine Art Vergegenwärtigung von Möglichkeiten und eine hilfreiche Brücke für die intersubjektive Nachvollziehung der gedanklichen Konstruktion. Die Theses zur Begrifflichkeit der Refiktion ist als Universaltheorie zu verstehen, da auch diese selbst in dieser Arbeit dem refiktiven Charakter entspricht. Dies ist bei einer politischen Wertgebung von Forderungen an die Gesellschaft nicht anders und nicht besser formulierbar.

II. EMPIRISCHER TEIL

3. FORSCHUNGSLEITENDE FRAGE

FF: Kann man in der Kommunikationswissenschaft mit fiktionalen Forschungsobjekten arbeiten, ohne gegen den wissenschaftlichen Ethos zu verstoßen?

Um hierzu Antwort zu finden, muss in einer Forschung primär festgestellt werden, ob es Gründe gibt, die dagegen sprechen, in nach wissenschaftlicher Anerkennung strebenden Arbeiten fiktive Forschungsobjekte zu behandeln. Da es sich bei dieser Arbeit um eine Bakk-Arbeit limitierten Umfanges handelt, wird die Forschung auf das bekannte Umfeld des Institutes für Publizistik und Kommunikationswissenschaften der Uni Wien begrenzt. Da dieses Institut im internationalen Kanon der Sozialwissenschaft tätig ist, wird davon ausgegangen, dass eine diesbezügliche Verträglichkeit mit der Thesis Vereinbarkeit beweist. Bevor aber jenes formuliert werden kann, muss geklärt werden, ob eben prinzipielle Unvereinbarkeiten vorliegen. Die Hypothese lautet somit wie folgt.

H1: Es gibt keine prinzipielle Unvereinbarkeit von herkömmlichen kommunikationswissenschaftlich-technischen Arbeitsweisen des IPKW beziehungsweise deren Kultur und der theoretischen Abhandlung fiktiver Forschungsobjekte in dessen Arbeiten. Y ist also Teil der möglichen Menge von X.

4. OPERATIONALISIERUNG

Die Operationalisierung wird deshalb wie folgt vorgenommen

*Unabhängige Variable**X1: technisches Prinzip der wissenschaftlich Arbeitsweise des IPKW**X2: kulturelles Prinzip der wissenschaftlich Arbeitsweise des IPKW**Abhängige Variable**Y1: in Bezug auf fiktive Forschungsobjekte*

Anhand dieser Operationalisierung kann somit nun durch die Forschungsergebnisse auch die Frage geklärt werden, in welchem Fall ein fiktionales Forschungsobjekt im Zentrum der wissenschaftlichen Forderung steht und wo Probleme aufkommen. Hierbei soll aber nicht nur das Finden von Hindernissen, sondern auch das Suchen von eventuellen Lösungsansätzen zum weiteren Inhalt werden.

5. METHODENBESCHREIBUNG

Um die Operationalisierung der Hypothese nachvollziehbar zu gestalten, wird zuvor kurz beschrieben wie der Ablauf des Publizistik und Kommunikationswissenschaftlichen Bakkalaureat-Studiums gestaltet ist.

Im ersten Jahr erfährt man grundlegende Einführungen in die wissenschaftliche Arbeitsweise und Technik, im zweiten Jahr wird diese vertieft und erstmals in Seminaren angewendet und im dritten Jahr soll das Wissen, dann in eine wissenschaftliche Arbeit verwandelt werden. Hierbei wird die Arbeitsweise und Struktur verwendet, die schon im ersten Jahr gelehrt wurde. Will man nun die Funktionen und Leistungen von wissenschaftlichem Denken auf Kompatibilität untersuchen, muss man sich diese ersten Basislehren genauer ansehen. Das Skriptum zur Lehrveranstaltung „Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten“ kurz genannt Step3 ist hierfür ideal ausgelegt, denn in mehreren Stufen und Kategorien werden Methoden und Theoriebildungsvorgänge beschrieben, die den Grundstock der akademischen Laufbahn prägen und somit auch die eigene wissenschaftliche Kultur reflexiv widerspiegelt. An Hand dieses Werkes ist es somit möglich zu prüfen, ob die Arbeitstechnik und Kultur zum Prinzip

der Behandlung von Forschungsobjekten passt. Im Angesicht bereits erläutelter Paradigmen und Theorien werden die einzelnen Schritte zur wissenschaftlichen Arbeit aus technischer und kultureller Sicht auf Vereinbarkeit mit fiktionalen Forschungsobjekten geprüft, wobei das jeweilige Teilergebnis festgehalten wird. In einem Sammelfazit werden danach in tabellarischer Form die markanten Werte nochmals zusammengefasst und präsentiert. Zum Schluss wird in einem Ausblick auf Möglichkeiten, die sich durch diese Arbeit ergeben, geklärt welche nächsten Schritte in einer Anschlussforschung umsetzbar sind.

6. FORSCHUNGSABLAUF

Forschungsobjekt (Lojka / Wippersberg, 2008:1ff)

Das Skriptum von Klaus Lojka und Julia Wippersberg „Einführung in das Kommunikationswissenschaftliche Arbeiten“ wird nochmals rezipiert und in folgende Kategorien eingeteilt.

- Kommunikationswissenschaftliche Arbeitsweise
- Problemorientierte Erkenntnissuche
- Erkenntnisinteresse
- Methodendiskussion
- Forschungsfrage
- Hypothesenformulierung
- Operationalisierung
- Überprüfung – Forschungsablauf
- Ergebnisdeklaration
- Verifizierung der Hypothese
- Fazit und Bedeutung von Forschung

Die einzelnen Teile der Beobachtung werden nun zusammengefasst und in einem reflektierenden Kontext zu fiktiven Forschungsobjekten in den Punkten „Arbeitstechnik“ und „wissenschaftliche Kultur“ beschrieben.

Kommunikationswissenschaftliche Arbeitsweise:

Das spezifische, eben wissenschaftliche Wissen hebt sich vom „Alltagswissen dadurch ab, dass es das, was es zu wissen gilt und den Weg dorthin systematisiert. Es gibt also, je nach Vorgangsweise verschiedene Regeln, die man einhalten muss, um seine Ergebnisse „wissenschaftlich“ nennen zu dürfen.“ (vgl. Lojka / Wippersberg, 2008:20)

Unter Verweis auf folgende wissenschaftliche Kriterien wird versucht die Wissenschaft zu prolongieren.

- Theoriebasiert
- Strukturiertes Wissen
- Systematisiert (Regeln)
- Geplant
- (zumeist) Objektiv
- Wissenschaftliches Denken
- Kontrolliert, (so) logisch (wie möglich)
- Fokus auf Erfassung der Wirklichkeit

Arbeitstechnik

Die systematische Erkenntnisgewinnung und deren intersubjektive Wiedergabe steht in keinerlei Widerspruch zur Behandlung einer Refiktion. Die Logik und theoriegestützte Arbeitsweise können planmäßig durchgeführt werden, auch wenn das zu untersuchende Konstrukt nur textlich existiert. Um allerdings die Wirklichkeit Arbeitstechnisch zu erfassen, ist es unumgänglich, dass die exakte Beschreibung des Schöpfers vorliegt, um an real-existierende Systeme der Wirklichkeit anzuknüpfen und eben um in diese systemische Umwelt integriert zu sein.

wissenschaftliche Kultur

Die Sichtweise hinter dieser Abgrenzung wird in Bezug zum radikalen Konstruktivismus ersichtlich. Hierbei wird ja eben jedes Forschungsobjekt als Konstruktion und Abbildung gesehen, die es ermöglicht systematisch Wissen darüber zu generieren. (vgl. Atteslander, 2000:3) Dadurch wird klar, dass die Qualität einer Refiktion, wie jedes andere systematisch-

beschriebene Abbild der Wirklichkeit, abhängig ist von ihrem Schöpfer. Eine schlecht beschriebene Meinungsumfrage ist genauso aussagelos und daher nicht untersuchbar, wie eine detailarm und chaotisch deklarierte Fiktion. Die Qualität der Beschreibung einer Refiktion ist somit, als genauso wichtig zu sehen, wie die einer Erhebung oder Interpretation. Diese muss durch Theorie und Systematik gestützt sein.

Problemorientierte Erkenntnissuche

Hier wird Bezug auf Popper genommen, der Wissen als vorläufig bezeichnet und ein wissenschaftliches Problem definiert, wenn wir in unserem Wissen nicht harmonisch tun können, was wir aber tun wollen. (vgl. <http://www.uni-kiel.de/sportalt/paedagogik/methoden/Popper.pdf> , 18.08.09) So ein Problem verlangt menschlicher Weise natürlich eine Lösungsmöglichkeit. Wenn man nach Plan vorgeht um Wissen zu schöpfen, dann ist dies als wissenschaftlich zu bezeichnen. Wie auch der Konstruktivismus sieht Popper den menschlichen Makel, als Grundlage für Vorläufigkeit. (vgl. Popper, 1969: 103-123) Demnach strebt Wissenschaft somit nach Optimierung von Wissen und Verbesserung von Theorien und Grundlagen. Der Versuch Wahrheit zu ergründen bleibt somit ein ewiges Ziel, ihr näher zu kommen hingegen ein wissenschaftliches Dogma.

Arbeitstechnik

Der Vorgang Wissen zu überprüfen und Lösungsmöglichkeiten zu optimieren, mündet in ein systemisches Erfassen von Forschungsstand, Problemdefinition und Methodentechnische Diskussion. Durch das Behandeln einer Refiktion wird die Lösung selbst zum Problem gemacht, das somit nach Existenz also wissenschaftlicher Bestätigung sucht. Da eine Fiktion nur als textliche Konstruktion vorliegt, ist es noch schwerer im Bezug auf die menschliche Fehlbarkeit bei der Betrachtung von Wirklichkeit alle erdenkliche Möglichkeiten und intervenierenden Variablen zu bedenken. Somit ist die gelungene Konstruktion einer Refiktion selbst, bereits der Schlüssel zu einer erfolgreichen Beantwortbarkeit der eigentlichen Forschungsfragen und Leistungsansprüchen. Diese definiert bereits die Möglichkeit zu Relevanz, Wissenschaftlichkeit, Reliabilität, Erfahrbarkeit und Empirie. Poppers beschriebene deduktive Vorläufigkeit von Generalisierungen in Form von Thesen, beschreibt ein Zwischenstadium und ist hierbei nun das größte Hindernis am Weg zur

Realisierung einer Refiktion. Der Grund eine Realisierung in einem gewissen Zeitrahmen vornehmen zu wollen, muss nämlich größer sein, als die Ausrede der Vorläufigkeit einer solchen Konstruktion. Somit muss starker Bedarf an den Leistungen der Konstruktion gegeben sein. Es werden also auch gesellschaftlich dadurch Motive für die Konstruktion verlangt, die die Kosten der Abstinenz der Fiktion zu hoch erscheinen lassen. Relevanz in Verzug muss also bei Behandlung einer Refiktion ganz oben auf der wissenschaftlichen Prioritätenliste stehen. Dieses Problem steht in Bezug zum Faktor Relevanz, stellt aber bei Lösung auch kein empirisches Manko dar.

wissenschaftliche Kultur

Die Definition einer Problembewußten und Lösungsorientierten Kultur kann durch die Refiktion nur einen Mehrwert erhalten, denn die Fragestellung im Prozess der Lösungssuche fördert diese von Popper deklarierte Sicht der Wissenschaft. Das Zweifeln an Erkenntnissen beruht auf Grundlage einer konstruktivistischen Haltung, die als Motor für Fiktionen generell gesehen werden kann. Es geht eben nicht mehr um das was ist, denn dies ist sowieso nur vorläufig. Das eigentliche Kalkül dieser Philosophie beruht auf der Schaffung von Fiktionen und Refiktionen, die im Wettstreit darum eifern die besseren Theorien als Eckpfeiler ihrer Konstruktionen zu besitzen.

Erkenntnisinteresse

Die Deklaration des eigentlichen Erkenntniszieles fokussiert später die Forschungsfrage, die eigentlich nicht zu positivistischen Zwecken missbraucht werden soll. Vielmehr geht es in den Sozialwissenschaften um Vernetzungen, Bedingungen und Auswirkungen von Konstruktionen jeglicher Art. Eindimensionale binäre Fragestellungen werden weder dem derzeitigen Paradigmen gerecht noch nutzen sie ihr Darstellungspotenzial aus. Das Erkenntnisinteresse und die Frage was nun im jeweiligen Feld das problematischste oder auch wichtigste Forschungsziel ist, werden durch das genaue Vorwissen, Literaturstudien und Erfahrungskapital beeinflusst. Genauigkeit der Recherche ist das „Alpha“ einer Arbeit die zu einem relevanten „Omega“ führen soll.

Arbeitstechnik

Die beste Grundlageninformation ist die wichtigste Voraussetzung für das Gelingen einer Refiktion. Denn gerade dieses Mehrwissen ermöglicht Menschen Konstruktionen zu erfinden, die es ermöglichen die Gesellschaft voran zu treiben, die Funktionen und Produkte zu verbessern. Eine schlechtgeplante Fiktion wird dadurch wohl nie den Status einer Refiktion erhalten. Schöpfer von Refiktionen sind Menschen die in ihrer Lebenswelt meist größeren Einblick besitzen, als andere oder eben Pioniere die den Mut haben, neue Wege zu gehen. Diesbezüglich ist die Motivation für eine Entwicklung des besseren Weges unersetzlich. Die Problembeschreibung zu einem Erkenntnisinteresse weiter zu formulieren ist eine zwar technische, aber auch politische Frage, denn der Autor bestimmt, welche Sichtweisen und Optionen einer Refiktion durch die richtungsweisende Deklaration des Erkenntnisinteresses betont werden. Die Frage nach dem Sinn der Forschung steht dadurch im Mittelpunkt.

wissenschaftliche Kultur

Die eigentliche Feder hinter dieser Normierung von Sinngenerierung besteht in der knappen prägnanten Kultur Dinge zu beschreiben. Simplifizierung in der Wissenschaft ist eine Art Werbungsversuch für neue Gedanken und Prioritäten. Das Definieren von Sinn in Bezug von Refiktionen und deren Verkaufsargumentation ist wohl Fall abhängig und subjektiv. Allerdings entscheidet sich hierbei die Größe der Anhängerschaft einer Idee. Die Kultur dahinter wird durch Fiktionen geprägt, da niemand etwas wissen will, was er bereits weiß. Die Kompatibilität zur Refiktion ist auch hierbei bestehendes, kulturelles Paradigma.

Methodendiskussion

Im ausgeprägten Streit zwischen den Vertretern von qualitativen und quantitativen Methoden der sozialwissenschaftlichen Forschung werden eigentliche Stärken und Schwächen dargestellt. Diese gute Seite des sogenannten „Positivismusstreites“ legt seit einigen Jahrzehnten die Karten offen auf den Tisch. Die zwei Fronten stellen sich nach all den Diskussionen klarer denn je dar und sind wie folgt zuzuordnen.

Quantitative Methoden	Qualitative Methoden
Erklären	Verstehen
Deduktiv	Induktiv
Messen	Beschreiben
Stichproben	Einzelfall
Hypothesen prüfend	Hypothesen generierend
Lineare Forschungsstrategie	Zirkuläre Forschungsstrategie

Tabelle 1: Methodenübersicht (Lojka / Wippersberg, 2008:23)

Arbeitstechnik

Die einzelne Vorgangsweise ist immer Abhängig von der Formulierung des eigentlichen Erkenntnisinteresses, das spätestens durch die Forschungsfragen entschieden wird. Prinzipiell ist eine Refiktion mit beiden Methodenparadigmen auf den Prüfstand zu stellen. Um allerdings Abstraktionen in doppelter Weise zu verhindern empfiehlt es sich quantitativ vorzugehen, da auch an dieser Stelle nochmals geprüft wird, ob die Definition einer Idee ausgiebig genug beschrieben wurde, um Messungen vorzunehmen. Hierdurch drängt man die eigene Konstruktion zum Versuch des Scheiterns, wie dies auch schon Popper sehen wollte. Eine weitere zirkuläre Strategie in einen qualitativen Forschungsablauf zu bringen, ist riskant, kann aber durchaus gelingen, da bei Wahrung der wissenschaftlichen Qualität von Methoden und Normen auch eine Prüfung durch den Einzelfall zielführend sein kann. Dies hängt wie bereits beschrieben von der Wahl des Zieles ab. Die Frage nach der Methodensuche muss also lauten „Was soll die Refiktion leisten?“ und „Wie kann ich diese theoretische Leistung intersubjektiv sichtbar machen?“

wissenschaftliche Kultur

Die eigentliche Auseinandersetzung hinter dem Streit um Methoden, ist eine politische. Es wird gefragt, ob die Sozialwissenschaften die Aufgabe haben die Gesellschaft zu erklären oder zu verstehen. Eine diesbezügliche Antwort in Bezug auf die Refiktion muss „beides“ lauten, da die konstruktive Kraft Ideen zu entwickeln, zwar im Verständnis zu suchen ist, die Beweisführung für die Funktion von Refiktionen, aber wohl eher messbares Gut sein wird. Eine Kompatibilität und aber eben auch Abhängigkeit ist hier bei beiden Paradigmen zu finden.

Forschungsleitende Frage

Die Forschungsfrage leitet sich aus dem Erkenntnisinteresse und der Vorbeleuchtung des Problemkreises ab. Sie deklariert ganz klar und prägnant was und wie untersucht werden soll. Sie leitet gedanklich die Forschung und lässt auch weitere Fragen zu. Absolute Antworten sind zu vermeiden, denn sie gehen am eigentlichen Kanon der Sozialwissenschaften vorbei. Wissensschaffung soll keine Einbahn sein, sondern ein zirkulärer Prozess, der sich selbst reflexiv beobachtet.

Arbeitstechnik

In diesem Sinne bietet sich in der Kommunikationswissenschaft in Bezug auf die Refiktion ideal die Frage nach Leistung von Konstruktionen für die Gesellschaft an. Die bereits etablierten Theorien der Disziplin haben sich bestens auf Basis vielseitig beobachteter Praxis bewährt, so sind die voraussagenden Leistungsmesser ideale Theorien, um den Sinn neuer Konstruktionen im medialen Bereich zu beweisen. Diesbezügliche forschungsleitende Fragen sind mit der Fragetechnik der Sozialwissenschaft voll und ganz kompatibel.

wissenschaftliche Kultur

Das Ziel von Forschungsfragen ist die Optimierung der Antwort auf Probleme. Durch Refiktionen kann eine Auffrischung dieser Tendenz, sich mit Kognitionen zu beschäftigen, die neue Erklärungen und Konstruktionen liefern, erfolgen. Denn die Uraufgabe an die Fragestellung in der Sozialwissenschaft ist, das liefern von Voraussagen und das Voranbringen der Gesellschaft im Allgemeinen.

Hypothesenformulierung

Hypothesen werden auf Basis der Richtung der Forschungsfragen gebildet. Eine sinnvolle Hypothese lässt sich nur durch eine intensive Vorbeschäftigung mit dem Forschungsstand eines Problemfeldes finden. Sie bezieht sich entweder auf eine Vermutung, eine Sachverhalts-Annahme oder auf angenommene Merkmalszusammenhänge. Die logische Erschließung ist unumgänglich, um sinnvolle Ergebnisse erarbeiten zu können.

Arbeitstechnik

Die Vorrecherche zum Problemfeld ist eine Art Arbeitsdogma, um Hypothesen zu erschließen. Im Bezug auf Refiktionen wird hierbei nochmals klar, dass es sich um hypothetische Hypothesen handelt, deren markante Abstraktheit nicht geleugnet werden kann. Somit stellt sich eher die Frage nach deren theoretischer Auswirkung auf das problemtechnische Umfeld. Eine gründliche Vorinformation ist für eine ausreichend kritische Behandlung unumgänglich, da immer klar sein muss, dass man die härtesten Fragen stellen muss, um die refiktive Hypothese nicht „positivistisch“ verifiziert zu haben. Ein sich das Leben selbst schwer machen müssen, ist wohl die Maxime bei der Behandlung von Neuem.

wissenschaftliche Kultur

Gerade die Refiktion trifft beim Versuch des Verifizierens mit Hypothesen auf bereits erkannte Muster, den zirkulär war das Problem ja bereits bekannt und die Lösung bereits gefunden, nur der Beweis steht noch aus. Somit ist eine spezifische Formulierung um eine kritische Abhandlung zu ermöglichen, unumgänglich, um nicht waghalsig zu erscheinen. Gerade hierbei muss dem Positivismus und dessen Schönschreiberei der Riegel vorgeschoben werden. Eine Chance an dieser Stelle auch Refiktionen zu erdenken ist genauso gegeben, wie herkömmliches zu verbessern.

Operationalisierung

Wenn die Methode geklärt ist und mit ihr die Hypothese steht, dann drängt die Sozialwissenschaft zur Klärung, welcher Zusammenhang untersucht wird. Hierzu wird die Operationalisierung durch Zuweisung von funktionellen Variablen vorgenommen. Die Definition die Zusammenhänge aufzuspalten in ein „was“ mit „was“ kann auch zu schier unendlich langen Listen führen, je nach Untersuchungsgegenstand. Die optimale Kategorisierung ist hierbei ausschlaggebend für Relevanz und Gültigkeit der Forschung.

Arbeitstechnik

Die Technik dahinter beschäftigt sich mit der Einteilung der Merkmalsausprägungen des Forschungsobjektes. Gerade hier wird wieder klar, wie wichtig es ist, eine Refiktion daraufhin zu beschreiben, was erkannt werden soll. Die detaillierte Darstellung mit allen Anschlussvariablen an die systemische Umwelt der Konstruktion ist unumgänglich für eine relevante Darstellung.

wissenschaftliche Kultur

Das wissenschaftliche Dogma der Genauigkeit und Richtigkeit ohne auf die Darstellung wichtiger intervenierender Variablen zu vergessen, ist die Art und Weise wie empirische Operationalisierung ausgeführt werden muss. Hier müssen Phänomene sichtbargemacht werden und Zusammenhänge verknüpft werden. Die ideale Werkstatt um Refiktionen auf den Weg zu bringen, denn durch diese Funktionen werden die Leistungen von neuen Konstruktionen erst erfahrbar gemacht.

Überprüfung – Forschungsablauf

Das Durchführen der methodischen Prüfung setzt nun mehr das um, was in den Punkten zu vor angekündigt wurde. Sorgfalt und Genauigkeit sind gefragt, aber auch das Reagieren auf eventuelle Probleme. Das systematische Arbeiten an der Umsetzung des Forschungsplanes erfordert allerdings auch die Fähigkeit Kritik an der eigenen Methode anzubringen und diese zu überarbeiten, falls dies notwendig sein sollte. Eine Adaption des ursprünglichen Planes wäre wichtiger, als unkritisch und somit positivistisch Zwischenergebnisse schön zu schreiben.

Arbeitstechnik

Das Arbeiten mit Refiktionen erfordert es, Innovationen nicht nur zu beschreiben, sondern deren Tragweite und Vorgänge in ein reales Umfeld projizieren zu können. Jeder Schritt in Richtung Untersuchungsergebnis muss allerdings eine intersubjektive Nachvollziehbarkeit in der Datengrundlage, sprich der Beschreibung der eigentlichen Refiktion und ihrem Umfeld, widerspiegeln. Ein abstraktes Behandeln von gedanklichen und unbeschriebenen Merkmalen oder Funktionen ist hierbei ungenügend. Das Extrahieren von deklarierten Fakten, ob dies nun

auf ein fiktives oder reales Forschungsobjekt zutrifft, ist eine arbeitstechnische Frage und somit unabhängig vom eigentlichen Forschungsgegenstand auszuführen, Kompatibilität ist dadurch solange gegeben, solange man sich an standardisierte, wissenschaftliche Qualitätskriterien hält.

wissenschaftliche Kultur

Wer sich auf Eventualitäten verlässt, verliert in der Wissenschaft an Glaubwürdigkeit. Gesellschaftliche Leistungen von Refiktionen sind prinzipiell beweisbar, jedoch nur durch exakte Deklaration und Arbeitsweise, die nicht auf Annahmen basiert und so nah wie möglich an erfahrbare existierende Welt anknüpft. Die genaueste Abarbeitung ist für Fiktionen wichtiger als für Realobjekte, da diese ihre Existenzberechtigung erst nachweisen müssen, was den Basisvorgang der Überprüfung zu einer weiteren Priorität erhebt.

Ergebnisdeklaration

Die Präsentation von Ergebnissen sollte nüchtern und nicht emotionell beeinflusst sein. Es ist wichtig alle Fakten der Wissensschaffung zu präsentieren und sich nicht nur auf einseitig positive oder auch negative Darstellung zu verlassen. Hierbei ist das eigentliche Fazit zum Untersuchungsprozess zwar vorzubereiten, allerdings geht es um die Aufbereitung der Fakten- bzw. Datensammlung.

Arbeitstechnik

Die technische Vorgehensweise ist eine Art Kategorisierung oder auch Illustrierung mit dem Ziel Übersichtlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse beziehungsweise Teilergebnisse zu fördern. Der Umgang mit fiktiven Forschungsobjekten unterscheidet sich hier in keinsten Weise von herkömmlicher Arbeitsweise.

wissenschaftliche Kultur

In der Schaffung der Anschaulichkeit von Information ist immer der Blick auf den Rezipienten gerichtet für den die Ergebnisse nun präsentiert werden. Die Zielgruppe von Lesern einer refiktiven Prüfung ist wahrscheinlich etwas abweichend von derzeitigen wissenschaftlichen Rezipienten. So ist gerade die Aufarbeitung und nochmalige Erklärung in

Bezug auf disziplinäre Thesen eine Möglichkeit zusätzliche Lese- und Rezeptionsattraktivität zu erreichen. Hierbei muss natürlich auch darauf Bedacht gelegt werden, dass sich Rezipienten die bereits viel Erfahrung mit den behandelten Theorien besitzen, nicht durch wiederholte Abhandlungen abgeschreckt werden sollen. Glaubwürdigkeit bedeutet auch sich auf das wesentliche zu beschränken, um nicht in den Verdacht einer Verschleierungstaktik zu fallen.

Verifizierung der Hypothese

Die Abwägung, ob eine These nun bestätigt wurde, oder eben nicht, sollte nach zwischenfalls-freier Argumentation nur noch ein Formalakt sein. In allen anderen Fällen werden nun Paradigmen und Ansichtsweisen schlagend. Dieser Vorgang erschließt sich aus einer logischen Abhandlung von Zugängen zur Materie und Schlussfolgerungen, die immer auch auf Wahrscheinlichkeiten basieren (vgl. Popper, 1969: 103-123). Eine realistische Einschätzungskompetenz ist somit immer auch mit Vorwissen verbunden. Der erste Schritt zur nachvollziehbaren Argumentation einer Arbeit steckt somit in der Aufbereitung von Begriffserklärungen und Einführungen in Theorien. Die Verifizierung oder Falsifizierung einer Hypothese ist hingegen eher ein formaler Punkt.

Arbeitstechnik

Schon bei der Präsentation der Ergebnisse wird klar, was dies nun alles für die ursprüngliche Hypothese bedeutet. Diese kann nun je nach Faktenlage als (vorläufig) richtig oder falsch deklariert werden. Im Umgang mit einer Refiktion ergibt sich bei spezifischer Fragestellung und Hypothesengenerierung zwei weitere Möglichkeiten. Wenn die Refiktion durch die hypothetische Behandlung selbst auf dem Prüfstand steht, um das Existenzrecht einzufordern, so führt die Verifizierung der These, dass die Refiktion auf Grund ihrer Leistungsfähigkeit für die Gesellschaft mehr Recht auf Existenz besitzt als auf Abstinenz, einen Schritt in Richtung Realisierung. Die Verifizierung einer bisher fiktiven Theorie des Forschungsobjektes kann somit sogar als „Realisierung“ betitelt werden. Dieser Vorgang wird dadurch als Teilprodukt kommender Prozesse bezüglich des Weges zur Umsetzung der Refiktion. Wird diese allerdings als nicht lebensfähig in der realen Umwelt überführt, so fördert dies die Verwerfung der Idee. Man spricht also von einer (vorläufigen) Fiktion. Der zweite weitere Titel kann somit als „Fiktionalisierung“ geführt werden. Die prinzipiellen

Möglichkeiten der Beweismittelabwägung in Bezug auf fiktionale Forschungsobjekte lauten in dieser Arbeit in Bezug auf konstruktivistische Sichtweise somit Verifizierung und Falsifizierung von Hypothesen, aber eben auch Realisierung und Fiktionalisierung von fiktionalen Konstruktionen.

wissenschaftliche Kultur

Gerade in der Erarbeitung von Bestätigungen wurde und wird wissenschaftliches Arbeiten stark kritisiert. Die Erweiterung des Paradigmas der beschreibenden Konstruktion durch systematisches Abtasten von realen Konstruktionen kann durch die Refiktion zu einer neuen Möglichkeit geführt werden, da sich die eigentliche Leistung für die Gesellschaft nicht mehr bloß auf das Messen und Verstehen bezieht sondern, durch Kreativkraft und Verbesserungsvorschläge Konstruktionen in die Gesellschaft zurückspielt. Dadurch ergibt sich eine empirie-gestützte Arbeitsweise, die sich nicht mehr damit begnügt Hypothesen zu verifizieren, sondern diese auch als Forschungsobjekt und Konstruktion erkennt.

Fazit und Bedeutung von Forschung

Am Ende einer sozialwissenschaftlichen Forschungsarbeit steht immer die nochmalige Zusammenfassung der Ergebnisse, allerdings diesmal in Bezug auf die Bedeutung und den Ausblick, sinnvoller Verwertungsmöglichkeiten. Dies soll Anschlussforschungen initiieren und die eigentliche Relevanz der Arbeit aufzeigen. Oft ist dies auch in Bezug ethischer Diskurse wichtig, um das Bewusstsein für kulturelle Probleme und Gefahren anzusprechen. Ein offener wertfreier Umgang mit der Verantwortung zur Wissensschaffung ist hierbei manchmal nicht förderlich, denn Werte und Kultur sind reflexiv und somit auch abhängig von den publizierten Linien unserer Gesellschaft.

Arbeitstechnik

Oft ist es hilfreich mit abschließenden Tabellen oder zentralen Punkten nochmals kurz das Ergebnis anzuschneiden, um dann in einer Art hermeneutischen Zuganges die Arbeit aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten. Gerade die Refiktion verlangt meistens nach eingehender zukünftiger Prüfung weiterer Aspekte, wie zum Beispiel der finanziellen Machbarkeit oder der individualpsychologischen Wirkungsweise auf Rezipienten. Empfehlungen das Konstrukt interdisziplinär zu behandeln stößt somit sicherlich auf wenig

Widerstand, denn gerade nicht etabliertes trifft immer auf eine komplexere Umgebung, wie ursprünglich angedacht wurde. Der Sinn jedoch hinter den Ursprüngen einer Refiktion sollte hierbei nochmals als Priorität erklärt werden, um den relevanten Charakter der Forschung zu betonen.

wissenschaftliche Kultur

An dieser Stelle wird der Autor einer wissenschaftlichen Arbeit letztmalig mit der Vielschichtigkeit der Perspektiven zur Einbettung seines Konstrukts in ein reales Problemumfeld konfrontiert. Dies führt ihm die Relevanz der Forschung nochmals vor Augen und entscheidet gerade im Bereich der Refiktion, ob und wie sehr das Thema und das Geschaffene weiterverfolgbar sind. Dieser Gedanke spinnt ein gewisses Fazit zum Fazit und reflektiert sich und seinen Standpunkt angesichts der praxisbezogenen Realitäten.

7. ERGEBNISDISKUSSION

Die wissenschaftliche Behandlung eines fiktionalen Forschungsobjektes muss im Sinne der qualitativen Standards von sozialwissenschaftlicher Forschung erweiterte Funktionen erfüllen, die bei der Untersuchung von realen Forschungsobjekten nicht oder nicht in dem Umfang erreicht werden müssen. Die wissenschaftliche Behandlung von Fiktionen ist auf meist Aufwendiger, da das Ziel der Konstruktionsleistung genüge zu tragen, vielseitige Umsicht erfordert. Diese Form der Abhandlung von Konstruktionen ist definitiv komplexer. Folgende Tabelle fasst nochmals zusammen worauf sich die Arbeit mit Refiktionen zusätzlich stützen muss.

PROBLEM	LÖSUNG
Kreative Hürde zur Refiktion	Frage stellen: Was soll die Refiktion leisten?
Wissenschaftliche Hürde zur Abhandlung, Erkenntnissuche	Frage stellen: Wie kann ich diese theoretische Leistung intersubjektiv sichtbar machen
hypothetische Hypothese – daher potentielle Abstraktivierung bei abgehobenem Konstrukt	immer nur einen Schritt von realen Konstruktionen entfernen, um glaubwürdig und relevant zu bleiben
	viel Theorie zu Anschlussrealitäten beschreiben
	Hypothese auf die Auswirkung im realen Umfeld ausrichten
	exakte Beschreibung besonders der zu untersuchenden Teile
	eine Art Beobachtung eines gedanklichen Konstruktes einführen: Produkte ebenso erdenken und beschreiben und auch beschreiben warum diese so aussehen, um die Anschlussvariablen an die Umwelt nicht zu vergessen
	Realisierung oder Fiktionalisierung durch die Hypothesenprüfung anstreben, erhöht die Relevanz der Arbeit!!
Schwer überschaubarer qualitativer Zugang	eher messen, um Abstraktionen zu vermeiden
Die eigentliche Lösung zu einem fachlichen Problem machen	Die Gründe und somit den Weg in die Realisierung zeigen
Der Schöpfer trägt doppelte Verantwortung	Die Konstruktion zum A&O machen, da die Forschungsfrage durch diese beantwortet wird
	Relevanz in Verzug erklären
Fehler potenzieren sich	erhöhte Exaktheit im Forschungsablauf, um Ergebnis nicht zu verzerren

Tabelle 2: Problemfelder Refiktion

Die Refiktion zeigt neben ihrer Umständlichkeit in Bezug auf wissenschaftliche Abhandlung aber auch Möglichkeiten auf, die zuvor nur unzureichend genutzt wurden. Da die entstehenden Probleme jedoch alle lösbar sind, liegt der Wissenschaft ein starkes Instrument vor um sich aktiver als bisher an der Gestaltung der Zukünftiger Gesellschaftssysteme zu beteiligen.

8. VERIFIZIERUNG DER HYPOTHESE

Die Hypothese „*Es gibt keine prinzipielle Unvereinbarkeit von herkömmlichen kommunikationswissenschaftlichen technischen Arbeitsweisen des IPKW beziehungsweise deren Kultur und der theoretischen Abhandlung fiktiver Forschungsobjekte in dessen Arbeiten. Y ist also Teil der möglichen Menge von X.*“ wurde somit (vorläufig) verifiziert.

Einem wissenschaftlichen Arbeiten mit fiktiven Forschungsobjekten unter Einhaltung der beschriebenen steht nun nichts im Wege.

9. FAZIT UND INTERPRETATION DES NUN ERWEITERTEN FORSCHUNGSSTANDES

Die Refiktion bietet die Möglichkeit die emanzipatorisch erwachsene Aufgabe und Ansicht von Konstruktion und De-Konstruktion der Gesellschaft wieder in dieselbe zurückzutragen. Die interdisziplinäre Frage, wie Gesellschaft in Zukunft aussehen soll, kann nun reflektiv behandelt werden.

Die Weiterführung und Ausdehnung konstruktivistischer Vorstellung ist ein weiterer Nebeneffekt einer möglichen Auffrischung der wissenschaftlichen Kultur. Dies kann somit auch Verantwortungsübernahme für zukünftiges Denken verstanden werden, denn wenn die

Funktion der realen Schöpfung durch gedankliche Konstruktionen gefördert wird, so führt das zwangsläufig zu einer Selbstkontrolle von extremistischen Tendenzen. Solange aus Gedanken nur kultureller Habitus entsteht, solange wird die Verantwortung um die Prägungsvorgabe wissenschaftlicher Theorien nicht ausreichend als das bewusst, was sie eigentlich ist. Denken ist der Prägungsvorgang von Zukunft. Diese direkte Auswirkung wissenschaftlicher Arbeit auf reales Umfeld bringt viele weitere Fragen und Konflikte mit sich. Zum Beispiel muss in der wissenschaftlichen Disziplin der Kommunikationswissenschaft die Frage des emanzipatorischen Paradigmas ergänzt werden. Ein Ansatz muss nun lauten, „Was werden Menschen mit Medien machen?“. Dies ist nicht als Bruch mit herkömmlichen konservativen Strömungen zu sehen, da die bisherigen Theorien einer qualitativ hochwertigen Wissenschaft nicht zusätzlich in Frage gestellt werden. Es handelt sich stattdessen um die Priorität der verstärkten Übernahme von Verantwortung für das Handeln der wissenschaftlichen Gemeinde.

10. AUSBLICK UND WEITERE SCHRITTE

Was bringt nun allerdings die wissenschaftliche Abhandlung einer Refiktion der Gesellschaft?

Gerade in Zeiten, in denen die Ausläufer der kommunikationswissenschaftlichen Theorie die Werbe- und PR-Agenturen der Kapitalwirtschaft überfluten, ist es wichtiger denn je den Markt der Informationsproduktion der Wirtschaft und ihren politischen Akteuren zu überlassen. (vgl. DGPK, 2008) Die Konstruktion von Welten und somit auch Leitung der Kultur ist zu wichtig, um Sie dem Zufall zu überlassen. Das kommunikative Marktgeschehen benötigt einen altruistischen Zugang zu Informationsgewinnung, um meritatorische Güter bereit zu stellen. Eine Erweiterung der Aufgaben einer aktiven Kommunikationswissenschaft kann hierzu mehr leisten, als bisher hingenommen. Wissenschaft darf sich nicht hinter Regeln und Mauern verstecken, sie müssen ihre Verantwortung wahrnehmen, noch intensiver als bisher an der massenmedialen Sozialisierung der informationsüberfluteten Rezipienten zu arbeiten. Für Forschungen, die von Erfolgen abhängig sind bietet die erhöhte Konstruktionsleistung einen erheblichen Mehrwert, da wissenschaftliche Theorie und Forschungszweck in einem Arbeitsprozess direkt miteinander kombiniert werden können.

Was muss im Anschluss an eine refiktionale Theorie folgen?

Diese Arbeit hat die theoretische Grundlage geschaffen, um in einem weiteren Schritt die Theorie durch Praxis zu bestätigen. Keine Frage, diese Art der Wissenschaftlichkeit schafft nicht nur Wissen, sondern auch etwas mehr Arbeit. Der Lohn ist aber auf jedenfall, die Möglichkeit Wissen nicht in Büchern verstauben zu lassen, sondern zur Verbesserung der gesellschaftlichen Kommunikationsstrukturen beizutragen. Die Relevanz ist groß, die Arbeit auch.

11. LITERATURVERZEICHNIS

- **Atteslander**, Peter (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: de Gruyter.
- **Burkart**, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien: Böhlau/UTB)
- **Lojka**, Klaus / Wippersberg, Julia (2008): Einführung in das Kommunikationswissenschaftliche Arbeiten. Wien: Facultas.
- **Popper**, Karl (1969): Die Logik der Sozialwissenschaften. In: ADORNO,,: Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie. Neuwied bei Berlin: o.V.
- **Schmidt**, Siegfried J. (2003): Geschichten und Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus. Reinbeck bei Hamburg: Rohwohlt.
- **Schabacher**, Gabriele (2007): Topik der Referenz. Würzburg: Königshausen & Neumann.

11. Onlinequellen:

- **Webseite des Institutes für Publizistik und Kommunikationswissenschaften der Uni-Wien**, unter <http://www.univie.ac.at/publizistik> (17.08.09)
- **Lehrinhalte des Bakk-Studiums am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften der Uni-Wien**, unter <http://public.univie.ac.at/index.php?id=57285> (17.08.09)
- **Karl Popper: Logik der Forschung (Tübingen, 1966) IV. Kapitel: Falsifizierbarkeit**, unter <http://www.uni-kiel.de/sportalt/paedagogik/methoden/Popper.pdf> (19.08.09)

II. AKT

„LIVE“

spricht fürs Leben!

live  .tv

Betreuer:

O. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer

SS 2009

„Ich bin ja Journalist und kenne viele Journalisten. Bei denen wird in den Redaktionsstuben im Moment nicht sehr viel gearbeitet und zwar aus folgendem Grund.
Die gucken alle Live-Stream!“

Robert Misik

besetzter Audimax der Universität Wien, 27.Oktober 2009

INHALTSVERZEICHNIS

I. THEORETISCHER TEIL.....	43
1. EINLEITUNG	43
1.1. Relevanz	44
1.2. Das Ziel der Arbeit	45
1.2.1. Das kultürliche (Meta-) Ziel der Arbeit	46
2. BEGRIFFSDEFINITIONEN	46
2.1. Refiktion.....	47
2.2. NGO – NPO	48
2.3. liveNGO.tv	48
2.3.1. Ziele von liveNGO.tv	49
2.3.2. Programm-Manifest	49
2.3.3. Online-Portal liveNGO.tv	51
2.3.4. Technische Verbreitung	52
2.3.5. Sprache	53
2.3.6. Rechtsform	54
2.3.7. Sendungsabwicklung und Ausgabenpolitik	54
2.3.8. Zielgruppenbeschreibung	55
2.3.9. Corporate Design und Identity	56
2.3.10. Mitarbeiterstruktur	62
2.3.11. Finanzstruktur.....	65
2.3.12. Anmerkungen und Problemfelder	66
2.4. Live-TV und Wirkung.....	69
2.5. Event- und Erlebniskommunikation.....	71
2.6. Umfeld und Akteure.....	72
2.7. Social Marketing	74
2.7.1. SWOT - Analyse	75

II. EMPIRISCHER TEIL.....	78
3. FORSCHUNGSLEITENDE FRAGE UND HYPOTHESE.....	78
4. OPERATIONALISIERUNG	78
5. METHODENBESCHREIBUNG	80
6. FORSCHUNGSABLAUF	80
7. ERGEBNISDEKLARATION.....	87
7.1. Verifizierung der Hypothese	89
7.2. Fazit und Bedeutung des nun erweiterten Forschungsstandes	89
8. QUELLENVERZEICHNIS	91

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Das Logo	56
Abbildung 2: Psychologie der Massenkommunikation (Maletzke, 1963, S.41).....	60
Abbildung 3: NGOs weltweit (UIA, 2009).....	72

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: SWOT - Analyse (Koziol, Pförsch, Heil & Albrecht, 2006, S.48).....	76
Tabelle 2: SWOT - Medienakteur	81
Tabelle 3: SWOT - Medienkultur	82
Tabelle 4: SWOT - NPO	83
Tabelle 5: SWOT - Kultur der NPOs	84
Tabelle 6: SWOT - RezipientIn	85
Tabelle 7: SWOT - Rezipienten als soziale Gruppe	86

I. THEORETISCHER TEIL

2. EINLEITUNG

Als im Oktober des Jahres 2009 im Audimax der Universität Wien ein Live-Stream die Welt mit Informationen über die soziale Protestbewegung „unibrennt“ versorgt, war für die Urheber dieser Live-Bilder anfänglich noch nicht klar, welche Bedeutung dieser in Kürze erlangen sollte. Die Wirkung in Verbindung mit Facebook, Twitter und Email war enorm. Weltweit schlossen sich daraufhin über 80 Universitäten dem Protest an. Redaktionen und Institutionen aus allen Kontinenten beglückwünschten die Protagonisten zum transparenten und revolutionären Medienereignis. Das Fazit aus der Geschichte wird nun zum Gegenstand dieser Arbeit.

Die Wechselwirkung aus interaktivem Social Networking und Live-Streaming wird in ein gedankliches Konstrukt verpackt, das in Form eines fiktionalen Forschungsobjektes erstmalig manifestiert wird.

Die Erklärung der Fiktion enthält Ankerpunkte, also Schnittstellen zur erfahrbaren Realität, die es erlauben ein klares Bild eines noch fiktiven Medienakteurs nachzuvollziehen. Dadurch wird dessen Funktion in der Gesellschaft skizzierbar und in Folge die Leistung der fiktiven Konstruktion für die Gesellschaft untersucht. Um wissenschaftlicher Weise auch Popper gerecht zu werden, wird hierbei versucht, auch die negativen Seiten, Folgen und Probleme aufzugreifen, damit sich in dieser Arbeit Wissenschaft zum Äußersten drängen kann und modelltheoretische Falsifikation stattfindet (vgl. Popper & Miller, 1995, S.66). Um diesbezüglich eine sehr kritische Analyseform aus dem Bereich des Social Marketings zu nutzen, werden Chancen und Problemkreise der Kommunikationsleistung¹ des fiktiven Akteurs beleuchtet. Die Fiktion wird in der Begriffserklärung als gegenwärtiger Fakt beschrieben, um wissenschaftliche Sprache zu wahren und um den ersten Schritt hin zur Realisierung der Konstruktion zu beschreiten. Es wird dadurch die Erkenntnis verfolgt, die besagt, dass eine erste subjektive Deklaration eines Gedankens der Grundstein zur Änderung

¹ Als „Kommunikationsleistung“ wird in dieser Arbeit die Summe aller Auswirkungen der Kommunikation auf Individuen, Gesellschaften und deren reflexives Verhältnis angesehen.

der intersubjektiven Wahrnehmung ist und somit den Weg der Realisierung oder auch Fiktionalisierung antritt.

„ Die Wissenschaft enthält aber nicht nur intersubjektive Aussagen, sondern auch solche nicht-intersubjektiven[sic], denen intersubjektive[sic] entsprechen oder die in intersubjektive[sic] umgeformt werden können. Diese Umformung gehört zur Aufgabe von Wissenschaft;“ (Carnap, 1998, S.200)

1.1. Relevanz

In erster Linie kann diese Arbeit für NPOs² eine Optimierung der Kommunikationswirkung erleichtern, was den Kernvorgaben des Social Marketings entspricht (vgl. Koziol, Pförsch, Heil & Albrecht, 2006, S.7). Am Aufmerksamkeitsmarkt der Gesellschaft geht es darum, ein knappes Gut für sich zu gewinnen. Die Ökonomisierung von Kommunikation ist also keine reine Auswucherung des Turbokapitalismus und dessen Folgen. Es sind politische Schwerpunkte, die eine Gesellschaft dazu führen, Probleme und Änderungsgedanken zu fokussieren. Und genau hierbei ist Vorsicht geboten, denn nicht immer werden am Markt die besten Früchte schneller verkauft, oftmals sind es jene, die lauter und wirkungsvoller angeboten werden. Eine Antwort auf diese Problematik wäre entweder die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für den Früchteverkauf zu ändern oder aber alle restlichen Früchte auch lauter und wirkungsvoller anzubieten.

Gerade in Zeiten der maximalen Profit-Ökonomisierung und einhergehend auch Professionalisierung von Kommunikation und deren Produkten ist es für meritokratische Leistungsträger wichtig und schwer den Platz am Puls der Gesellschaft zu halten (vgl. Schweitzer, 2004, S.23). Eine fortlaufende Auseinandersetzung mit Methoden und Möglichkeiten ist hierzu eine grundlegende Bedingung, um im Kampf gegen die Kapitalökonomie bestehen zu bleiben.

Die folgerichtige Relevanz dieser Arbeit bezieht sich auf die Förderung einer diskursiven Kultur von derzeitigen Akteuren am Aufmerksamkeitsmarkt durch die Behandlung von

² Non Profit Organisation – siehe S.12

Diskussionsgrundlagen wie Rezeptionswirkung, Kultur der Kommunikatoren und Vergesellschaftung von konservativen und progressiven Werten. Die Reflexion der kulturellen Bedeutung derzeitiger und künftiger Verfahrensweisen ist hierbei unbedingt erforderlich, auch wenn diese im Rahmen dieser Arbeit nicht vollends erläuterbar scheint. Somit liegt der ursprüngliche Antrieb dieser Forschung in der Schaffung von Denkanstößen und Machbarkeitsüberlegungen für einen reflektierenden Diskurs.

1.2. Das Ziel der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit ist aus mehreren Perspektiven zirkulierbar. Eine davon ist sicherlich die Förderung von emanzipatorischen Ansätzen, um den kritischen Geist als Strukturfunktion eines gesellschaftlichen Systems als Ganzes zu erkennen. Hierbei ist die Arbeit von NPOs ein wichtiges Korrektiv im Bezug auf die Änderung des Status Quo, die Erweiterung des Entwicklungsstandes und das Emanzipieren von menschlicher Historie.

Das Folgeziel auf Grund dieser vorliegenden Arbeit wird es also sein, den Sinn einer Erneuerung des Kreativpotentials von NPO-Tätigkeit für die Gesellschaft anzusprechen und neue technische Methoden der Wirkungsoptimierung für deren Tragweite zu skizzieren. Die eigene Kritikfähigkeit verstärkt dabei der Umstand, dass der Einsatz der neuen Mittel vorerst ergebnisoffen behandelt wird, um Pro und Kontra einem späteren Diskurs nicht vorwegzunehmen. Die Kultur der Theorie trifft hier somit inhaltlich und gegenständlich auf einen kritischen Motor der Wissenschaft, um Optimierung zu begehen.

Das inhaltliche Ziel ist es, die Kommunikationsleistung von Live-Sendungen/Streams für NPOs im Rahmen einer professionellen darauf zugeschnittenen Corporate Identity aufzudecken, um somit den Umgang mit dieser vergleichsweise neuen Art des Interagierens von Vergesellschaftung zu fördern. Es werden auf Grund bestehender empirischer Erkenntnisse Thesen aufgestellt, die durch ein Analyseverfahren einer Begutachtung unterzogen werden. Das darauffolgende Resultat wird Rezeptionshandlungen beleuchten, die unter dem Blickwinkel sozial-eingebetteter Kommunikatorforschung und deren Dekonstruktion betrachtet wird. Ein Fazit zur Leistungsmöglichkeit der fiktiven Konstruktion unter Bedingungen der Realsituation bildet den Abschluss. Hierbei wird besonders auf die

Leistung für individuelle Rezipienten, deren soziales Geflecht, den Kommunikator inklusive Marktumfeld und weiters auch wohltätige Agenturen und deren Kultur fokussiert.

1.2.1. Das kultürliche (Meta-) Ziel der Arbeit

In Bezug auf den derzeitigen Kommunikationsoverflow und der damit einhergehenden Professionalisierung unserer semiotischen Kulturkommunikation wäre ein Stillstand der Methodendiskussion in der Kommunikation von NPOs ein fataler Fehler. Diesen zu verhindern, kann als anknüpfendes Meta-Ziel dieser Arbeit gesehen werden. Denn die kultürlichen Waffen der Menschlichkeit müssen laufend verbessert werden, um im Kampf um Aufmerksamkeit nicht nur zu siegen, sondern letzten Endes sogar die eigenen Wirkungsstrukturen und somit auch den Kampf an sich zu hinterfragen. Eine Kultur der Erweiterung von Diskussionsgegenständlichkeit und somit die Manifestierung des emanzipatorischen Gedankens ist eng mit dem Ziel verbunden. An eine brachiale Verfolgung der Zustände von intersubjektiver Beschreibung wird nicht gedacht, um sich dem Erfolg einer ideengebenden Forschungsleistung nicht zu entziehen.

Das Ziel ist es also ein vorläufiges Fazit zu bieten, um zukünftig die Aufgaben von Kommunikation mit Charity-Background zu überprüfen und sich immerwährend die Frage zu stellen, ob sie keine prägendere Rolle übernehmen kann. Hierzu soll das Untersuchungsergebnis dieser Arbeit reflektieren, was eine effektive Kommunikationsweise von NPOs im Einklang mit gesellschaftlicher Akzeptanz bieten könnte.

3. BEGRIFFSDEFINITIONEN

Die Begriffsbeschreibung gibt Aufschluss über das Verständnis und die Art und Weise, wie jene Grundlagen in der Arbeit betrachtet werden. Sie ist somit nicht nur Beschreibung von Begriffen sondern auch ein Aspekt, der damit vermittelt werden soll. Weiters wird nun das Forschungsobjekt definiert, um vorab der Konstruktion des Untersuchungsgegenstandes einen Titel zuzuweisen. Damit wesentliche Gründe für spezifische Überlegungen besser verstanden werden können, kommt es in der Erklärung auch zur Vertiefung durch wissenschaftliche Theorien, die an wichtigen Stellen erklärt und angewendet werden.

2.1. Refiktion

Diese Arbeit verwendet den Begriff „Refiktion“ als Synonym einer speziellen Form der Fiktion, deren gesellschaftliche Leistung nach empirischer Untersuchung die zukünftige Existenz wahrscheinlicher gestaltet als deren Abstinenz. Dies ist natürlich vorerst eine subjektive Einschätzung von Prioritäten, allerdings aber auch die Voraussetzung um intersubjektiv wahrgenommen zu werden. Es handelt sich somit um eine bereits existierende Konstruktion eines Schöpfers, die aus radikal-konstruktivistischer Sichtweise bereit zur Untersuchung ist. Damit eine Refiktion auch das Existenzrecht erklimmen kann, muss sie - wie ja auch Popper der Wissenschaft empfiehlt - sich selbst zum Scheitern drängen. Um dabei nicht auf der wissenschaftlichen Strecke liegen zu bleiben, müssen also klare Qualitätsmerkmale die These der Machbarkeit unterstützen. Es ist hierbei unbedingt notwendig, dass die Refiktion kein unüberprüfbares fiktives Umfeld besitzt, sondern in derzeitige gesellschaftliche Strukturen eingebunden ist. Nur dadurch kann der Vorwurf der Abstraktion bekämpft und das Analysieren von fiktiver Kommunikationsleistung anhand von bestehenden Theorien ermöglicht werden. Wird nun nach wissenschaftlicher Prüfung der Refiktion, Leistung für die Gesellschaft zugestanden und sind keine existenzbedrohenden Gründe erkennbar, die schwerer wiegen als die Leistung des Konstruktes für die Gesellschaft, so kommt die positive Verifizierung der Leistungsmerkmale einer ersten Realisierung gleich. Wird diese allerdings in einer Forschungsarbeit nicht intersubjektiv erfahrbar, so führt dieser Umstand zur gegensätzlichen Fiktionalisierung der Konstruktion. Das Ziel der Betitelung eines fiktiven Konstrukts als Refiktion ist, positiver Weise davon auszugehen, dass die Kriterien der Refiktion erfüllt werden können, um diese endgültig als Refiktion benennen zu können. Somit ist die Vorwegnahme des positiven Abschlusses der Untersuchung eine kulturelle Hilfestellung für den Beobachter Fiktives real zu behandeln, ohne abstrakt zu werden. Es ist eine Art Vergegenwärtigung von Möglichkeiten und eine hilfreiche Brücke für die intersubjektive Nachvollziehung der gedanklichen Konstruktion. Die Theses zur Begrifflichkeit der Refiktion ist als Universaltheorie zu verstehen, da auch diese selbst in dieser Arbeit dem refiktiven Charakter entspricht. In Betracht einer politischen Wertgebung von Forderungen an die Gesellschaft und deren Wissenschaften ist dies nicht anders und nicht besser formulierbar. Populärwissenschaftlich gesehen könnte man aber den kulturellen Anspruch von Refiktionen auch mit den Worten eines Altwaren-Philosophen beschreiben: “What goes around, comes around!” (Timberlake, 2007).

2.2. NGO – NPO

NGO steht für Non Government Organisation und bezeichnet Organisationen, die abseits vom Arbeitsfeld von Regierungen soziale Themen aufgreifen und im Rahmen ihrer Widmung diesbezüglich arbeiten. Das Produkt von NGOs sind soziale Dienstleistungen, die meist international aus privater und öffentlicher Hand finanziert werden (vgl. Schnurbein, 2008, S.13).

NPO steht hingegen für Non Profit Organisation und umfasst prinzipiell NGOs, allerdings auch Organisationen die für Regierungen agieren, aber nicht den Zweck der Ausschüttung von Kapitalgewinnen verfolgen. Soziales Handeln trägt die gesamte Philosophie der Organisation im Sinne ihrer Tätigkeit (vgl. Koziol, Pförtsch, Heil & Albrecht, 2006, S.10-11).

2.3. liveNGO.tv

Der Name liveNGO.tv ist für diesen Fernsehsender irreführend, da sich die Programmlinie des Senders eigentlich der NPOs, also Non Profit Organisations, verschrieben hat. Der Begriff „NGO“ ist allerdings laut aktueller Wortranking Studie von Google (Google-AdWords, 2010) viel verbreiteter in der Internet-Welt (3.4 Millionen Suchanfragen pro Monat) als der Begriff NPO (673.000 Suchanfragen pro Monat). Inhaltlich macht der Sender allerdings kaum Unterschiede zwischen NGOs und NPOs. Somit sind auch regierungsnahe Organisationen im Bezug auf den Sender nicht schlechter gestellt als dies der Name vorgibt.

2.3.1. Ziele von liveNGO.tv

Das große Ziel von liveNGO.tv ist eine Art Metafunktion für NPOs zu bieten, um die Stellung und Wirkung von NPOs in der Gesellschaft zu verbessern. In Bezug auf das schlechter werdende Image von Lobbys (vgl. John, 2010) und deren umstrittenen Kommunikationsmittel sieht sich liveNGO.tv als eine Art der politikfreien Zone für NPOs, in der der soziale Zweck die Agenden und Handlungen anführen soll. Diese lobbyneutrale Plattform stellt eine große Chance für die „Antipolitik“ auf der Weltbühne der Aufmerksamkeit dar. Es ist nicht nur der Versuch fair und ausgewogen den Fokus des Senders zu lenken, sondern sich auch das Vertrauen der Menschen und Rezipienten zu erarbeiten. Eine starke Rezipienten-Bindung und Treue stärkt nicht nur die Verbreitung des Namens, sondern ist auch Garant für die Manifestierung einer scheinbar unpolitischen Politik in der Gesellschaft, der es um Inhalte und Agenden geht und nicht um Verkettung von Macht. Dieser Umstand entspricht auch der unverkennbaren Primäraufgabe von Medien, die aus sozialwissenschaftlicher Sicht nicht nur darüber bestimmen wie Menschen über die Welt denken, sondern auch messbar vorgeben worüber gedacht wird und dadurch die Rolle des Verstärkers von Themen und Anliegen in der Gesellschaft widerspiegeln. In der Fachsprache nennt sich diese wirkungsstarke Theorie Agenda-Setting (vgl. Jarren & Bonfadelli, 2001, S.579).

2.3.2. Programm-Manifest

NGO-TV sendet prinzipiell live, also nicht nachbearbeitet und nicht zeitversetzt. Der Sender sieht sich als weltweites Sprachrohr von NPOs, die versuchen meritorische Leistung für die Weltgesellschaft zu bieten. Es wird 24h pro Tag über Internetleitungen rund um die Welt Programm gemacht. Die diversen NPOs erhalten regelmäßige Sendezeit, die für den Fall von dringenden Sondersendungen allerdings variabel gehalten wird. Bei einer Taktung im Sinne von 30-Minuten-Sendungen entspricht dies einer technischen Möglichkeit von 336 wöchentlichen NPO-Sendungen. Die Live-Sendungen werden dazu verwendet Projekte, Anliegen und Events der Öffentlichkeit unzensiert zu präsentieren. Hierbei soll der Live-Charakter auch dabei helfen politischen Druck auf die NPOs zu minimieren.

Die Vorgabe des Senders an die Programm-Macher ist in neun wesentliche Punkte zusammenfassbar:

- Zumindest 1/3 der Sendezeit muss englischsprachig, in Echtzeit und ungeschnitten gesendet werden. Einige Beispiele für diesbezügliche Programmelemente sind Anmoderation von Beiträgen, Interviews und Diskussionen zu Beiträgen, Spendenaufrufe, Demonstrationen und Event-Berichterstattung.
- Auch wenn nicht jeder TV-Beitrag in Englisch übersetzt gesendet wird, muss durch begleitende Kommunikation (wie Moderation, Untertitel, usw.) dem Zuseher zumindest in groben Zügen der Handlungsablauf erklärt werden.
- Die Sendung muss live via Internet mit mindestens 800 Kilobit per Sekunde im Mpeg4-Format an die Sendungsabwicklung gestreamt werden. Dies kann seit Ende der Nuller-Jahre durch den weltweiten Einsatz von Hochgeschwindigkeits-Verbindungen meist ohne größere Probleme erfolgen (vgl. Simpson, 2006, S.16ff). Eine Sendung kann somit per Internet via Kabel, Satellit oder auch 3G-Mobilnetze erfolgen.
- Die sendenden NPOs sind dazu verpflichtet, den Live-Stream von liveNGO.tv zumindest während der Sendezeit auf der eigenen Homepage vertragsgemäß zu präsentieren.
- Die NPOs sind für den Inhalt verantwortlich und werden für Verstöße gegen Richtlinien verantwortlich gemacht. Der Sendeplatz wird rechtlich gesehen den NPOs für die Dauer des zuvor festgelegten Programmfensters zur Verfügung gestellt.
- Es gilt absolutes Werbeverbot für kommerzielle Produkte, deren Reinerlös NPOs nicht zu Gute kommt.
- Jegliche Vereinbarung muss von der Programmaufsicht bestätigt und desweiteren geduldet werden. Im Falle dringlicher Berichterstattung kann somit die Programmaufsicht den vereinbarten Sendetermin auf einen neu-zu-verhandelnden Zeitpunkt verschieben.

- Das Logo des Senders wird von der Sendeabwicklung hinzugefügt, hierzu ist der vorgegebene Platz im Bild bei der Sendungsgestaltung beziehungsweise der Sendungsidentität einzuplanen. Natürlich obliegt es den NPOs ein Sendungslogo und oder weitere audio-visuelle Gestaltungselemente zu verwenden.
- Die UNO-Menschenrechtscharte und alle spezifischen Richtlinien des Senders müssen strikt eingehalten werden.

2.3.3. Online-Portal liveNGO.tv

Die Webpräsenz des Senders gehört zum Kernstück der Rezipienten-Interaktion. Die Bereiche der Benutzer können in zwei verschiedene Gruppen unterteilt werden.

a) Inhalte für anonyme User

Der Webauftritt von liveNGO.tv bietet den Internetsurfern nicht nur das Verfolgen des TV-Senders via Live-Stream mit einer Leistung von maximal 800 Kilobit pro Sekunde, sondern zeigt auch zeitunabhängig durch ein Archiv vergangene Sendungen. Die derzeitige Livesendung wird explizit auf der Frontseite beschrieben und beworben. Hierzu werden auch Links zu sekundären, als journalistisch-objektiv anerkannten Informationsquellen im Internet angeboten. Die WebTV-Übertragung verschmilzt dadurch mit anderen medialen Angeboten zu einer unabhängigen Cross-Media-Interaktion.

Neben der virtuellen Programmzeitschrift und diesbezüglichen Artikeln wird auf der Webseite auch per Wort und Video erklärt was liveNGO.tv für die Gesellschaft leistet und welche Normen erfüllt und verfolgt werden.

b) Inhalte für registrierte User

Die registrierten Benutzer haben vollen Zugang zu allen Funktionen und Angeboten der Webseite, die auch für anonyme User angeboten werden. Weiters können durch die Authentifizierung viele zusätzliche Applikationen genutzt werden, die auch die Interaktion mit liveNGO.tv fördern und den Benutzer in die Organisation integrieren.

Diese zusätzlichen Funktionen für registrierte User sind

- einmalige, direkte „One-Klick“-Spendenfunktion für Projekte und Programme der NPOs
- Monatliche automatische Buchungsmöglichkeit für Spenden
- Breaking News – Programm-Updates via SMS
- Abstimmung (Stimmrecht) für virtuelle Sitzungen der Programmaufsicht
- weitere Kommunikationsmöglichkeiten mit anderen Nutzern von liveNGO.tv via
 - Forum
 - Chat
 - Profil-Vernetzungen via Facebook, ICQ, Skype, Messenger, Email
 - Suchfunktion von Usern mit ähnlichen Anliegen und Kontaktmöglichkeit

2.3.4. Technische Verbreitung

Die Verbreitung des Live-Senders verfolgt zwei Ziele. Diese lauten

- maximale kostengünstige Reichweite
- Förderung der Interaktion zwischen Rezipient und Kommunikator

Um diese Ziele erreichen zu können, stehen vorerst zwei Wege der Verbreitung zur Verfügung.

a) Kabelnetze

NGO-TV wird in einige Kabelnetze eingespeist, hierfür wird den Betreibern, je nach Größe des Kabelnetzes eine Hochgeschwindigkeits-Peer2Peer-Verbindung angeboten. Somit wird das Signal mit maximaler Qualität kostengünstig zu den Kabelanbietern gesendet.

b) Internet-TV

Um im Internet maximalste Kompatibilität zu bieten, wird der Live-Stream in mehreren Formaten angeboten. Divx, Quicktime, WMV und Real-Format. Mehrere Geschwindigkeiten werden unterstützt, allerdings mit einer maximalen Obergrenze von 800 kbit, um den Datenverkehr bewältigen zu können und in einer bezahlbaren Dimension zu halten. Für finanziell schwache Zeiten kann dadurch auch auf Gratis-Stream-Anbieter wie zum Beispiel Ustream.tv zurückgegriffen werden, die diese Datenrate bereits unterstützen (vgl. Garfield, 2010, S.16ff). Ein weiterer Vorteil des Übertragungsweges via Web-TV ist, dass NPOs den angebotenen Live-Stream auch in ihrem Web-Auftritt (re)integrieren können und somit den Bekanntheitsgrad von liveNGO.tv kontinuierlich steigern.

2.3.5. Sprache

Die Hauptsendesprache des Senders ist Englisch, einem kulturell globalisierten Publikum ist das Verfolgen des Programmes somit möglich. Auch wenn einzelne Programmelemente einiger NPO-Sendungen aus organisatorischen Gründen beziehungsweise Authentizitätsgründen nicht übersetzt sind, verlangt die Programmrichtlinie von liveNGO.tv eine Erklärung dieser Elemente.

Je nach Ereignis und Wichtigkeit von einzelnen Sendungen wird per Simultanübersetzung der Ton in weitere Sprachen übersetzt. Hierzu werden bei Bedarf extra Live-Streams angeboten.

2.3.6. Rechtsform

liveNGO.tv wird als nicht gewinnorientierter Verein betrieben. Dies ermöglicht eine klare Trennung von finanzieller Optimierung und gesellschaftlichem Streben (Koziol, Pförsch, Heil & Albrecht, 2006, S.16). Bei politisch-wirtschaftlichem Bedarf kann jederzeit die Form einer spanischen S.L. (Sociedad Limitada) für die Auftragsabwicklung der Geschäfte benutzt werden, deren Geschäftstätigkeit sonst ruhend gemeldet ist. Diese Form entspricht der im deutschen Sprachraum bekannten Gesellschaft mit beschränkter Haftung.

2.3.7. Sendungsabwicklung und Ausgabenpolitik

Sendungsabwicklung, Sitz und somit Gerichtsstand ist auf Gran Canaria (Spanien) in der ZEC – Zone. Dieser speziell für Produzenten von Gütern, also auch meritorischen Gütern, geschaffene Mantel wurde zur Förderung der wirtschaftlichen und komplementär dazu auch kulturellen Funktionen der Kanarischen Inseln ins Leben gerufen (vgl. ZEC, 2010).

Durch ein Abkommen des EU-Ministerrates aus dem Jahr 2000 wird speziell überwachten Firmen ein niedriger Körperschaftssteuersatz von 4% und eine Flat-Tax auf Mehrwertsteuer von 5% geboten. Gesellschaften mit Non-Profit-Tätigkeit werden explizit bevorzugt behandelt. Dieser steuerliche Vorteil bei der Beschäftigung von Arbeitskräften ermöglicht die Konzentration der Kapitalmittel auf die Marketing-Strategie und die Qualität des Senders.

Eine professionelle Dimension des Zuganges zum Arbeitsmarkt ist hierbei entscheidend von Vorteil. Die politische, kulturelle und wirtschaftliche Integration der Zone in den EU-Raum verschafft liveNGO.tv eine der qualitativ-besten Grundlagen für medienkulturelles Handeln und objektive Verteilung der innerbetrieblichen Aufmerksamkeit.

Da in der Region der kanarischen Inseln ein interkulturelles Verschmelzen von diversen Kulturen in speziellen internationalen Zonen stattfindet, wird weiters das globale Denken und Handeln der Mitarbeiter und ihren Familien stark gefördert und auch im Alltag geprägt.

2.3.8. Zielgruppenbeschreibung

Die folgende Definition beruht auf dem Bild des Kommunikators vom Rezipienten. Es handelt sich nun also nicht um die Deklaration eines Zustandes von Kommunikation, sondern um die zielgerichtete Absicht der Wirkung von Kommunikation in einem spezifischen Umfeld.

Das erweiterte Kommunikationsziel von liveNGO.tv ist einerseits spendenfreudige Unterstützer für die präsentierten Projekte zu finden und andererseits eine kritische Öffentlichkeit aufzubauen, die auch abseits von staatlicher Gesellschaftspflege Problemlösungen sucht. Diesbezüglich kann eine Kernzielgruppe durch die Schnittmenge beider Gruppensdefinitionen skizziert werden.

Attribute der Kernzielgruppe:

- ab etwa 14 Jahren (um die komplexen Sachverhalte verarbeiten zu können)
- offen und aufgeschlossen
- wissensdurstig
- kritische Mediennutzung
- philanthropes Weltbild
- endogene Handlungsüberzeugung
- unzufrieden (mit dem Status Quo)

Interessen und Agenden der Rezipienten:

- Weltpolitik
- existenzialistische Themen
- Soziales
- Umwelt

2.3.9. Corporate Design und Identity

Das erste ins Auge fallende Kennzeichen des Senders ist das Logo. Hier wurde speziell der linke obere Bildabschnitt gewählt, damit im Falle der Bildmaterialübernahme durch Nachrichtensender das Logo von liveNGO.tv nicht verdeckt wird. Somit wird zum Einen das Logo der meisten Sender (rechts oben) umgangen und zum Anderen die Überlagerung der Kennzeichnung des liveNGO.tv-Bildes durch die oft vorhandene Nachrichtenleiste im unteren Bildbereich vermieden. Als Logo fungiert ein grüner Kreis mit einem rotem Rand, welches interkulturell an ein Verbotsschild erinnert. Es repräsentiert das systemische Verbot in Bezug auf Handlungen, die der Natur des Menschen entsprechen würden, gesellschaftlich aber zumindest nicht ausreichend gefördert werden. Gemeint sind diesbezüglich zum Beispiel Hilfeleistung, Freiheit und Naturverbundenheit.

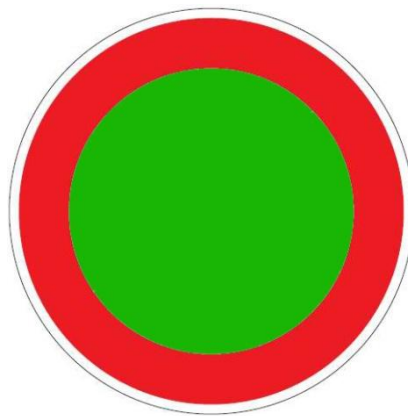


Abbildung 1: Das Logo

Zur umfassenden Beschreibung der Identität des Senders gehören aber nicht nur grafische Merkmale, sondern auch die Art und Weise der externen und auch internen Handlungen. Hierbei gilt es natürlich sich auf kommunikationswissenschaftliche und journalistische Weisheiten zu stützen.

Eine wichtige Erkenntnis dazu erfährt man durch Jürgen Habermas. Dieser hat den Grundkonsens von Kommunikation als gesellschaftliche Handlung analysiert und deklariert als Fazit vier Geltungsansprüche mit dazugehörigen interagierenden Ebenen (Welten) auf die

sich Kommunikator und Rezipient vorab implizit geeinigt haben (vgl. Habermas, 1976, S.339):

- Die Wahrheit einer Aussage muss der Darstellungsweise der „objektiven Welt“ genüge tragen
- Die Richtigkeit des normativen sozialen Status prägt die „soziale Welt“
- Die Wahrhaftigkeit von Intentionen und Selbstdarstellung in Bezug auf die persönliche „subjektive Welt“
- Die Verständlichkeit und Codierung des Produktes mit Rückbezug auf die Kommunikation und deren Welten an sich

Somit ist die Leitlinie eines professionellen Kommunikators bereits definiert. Er muss vereinfacht ausgedrückt in der Lage sein intersubjektiv und klar-verständlich seine subjektive Weltanschauung in objektiver Art und Weise zu kommunizieren.

Für liveNGO.tv bedeutet dies transparent und angepasst der Zielgruppe Einblick in die Arbeit, Themen und Entscheidungsfindung des Senders und der Sendungsmacher zu bieten. Diese Regel ist wohl die wichtigste im Kampf um das Vertrauen und somit auch die Hilfsleistung der Menschen. Dies gilt für die interne, aber auch genauso für die externe Kommunikationsstrategie des Senders. Die weitere Deklaration der Corporate Communication ist eine reine Folge dieser Grundmaxime.

Der wahrgenommene Charakter eines TV-Senders wird zu großen Teilen über die Rahmengoebung gebildet. Bei liveNGO.tv wird zwischen den einzelnen Live-Sendungen Werbung für diverse Projekte von NPOs geschaltet und nebenbei in Jingles auch immer wieder der Blick hinter die Kulissen des Senders und seine Strukturen geboten. Die einzelnen Sendungen werden in Blöcken zusammengefasst. Jeder Block wird live anmoderiert, um eine Art „Face to Face“ – Kommunikation zu emulieren, um so die Wirkung und Bindung an das Kommunikat zu steigern.

Hierzu meint die Kommunikationswissenschaft, dass die Theorie der sogenannten „parasozialen Beziehung“ eine persönliche Verbindung mit den Rezipienten bescheinigt (vgl. Horton & Wohl, 1956, S.). So lernt das Publikum die Charaktere der Präsentation kennen und

prognostiziert weiters eine Form der Gewohnheit in die erwartete Rezeptionshandlung und (der zu erwartenden) Sprache der Fernsehfiguren. Eine Beziehung mit sich und zu sich über eine andere Person ist geboren. Eine Ähnlichkeit zum Verhalten in einer Gesprächssituation ist erkennbar, denn auch der Kommunikator denkt bei der Präsentation an das Ziel, mit seinem Publikum zu kommunizieren. Eine Interaktion kann hierbei nicht verleugnet werden. Das Image der Zuseher ist aber auch von Vertrauen geprägt, das durch das Wissen über gesellschaftliche Kritikfunktionen aufgebaut wurde. Der Rezipient selbst glaubt an die soziale Akzeptanz der Akteure, die ja selbst auch im medialen Rampenlicht stehen und bildet sich somit eine gefestigtere Meinung über die Wahrhaftigkeit der Präsentation.

Zwischen den einzelnen Sendungen der NPOs gibt es aber auch immer wieder Trailer und grafische Hinweistafeln auf das weitere Programm.

Abseits von Sendungen, die durch die einzelnen NPOs erzeugt werden, zeigt liveNGO.tv einfach-generiertes Programm teils live, teils aufgenommen. Hierzu gehören Elemente, die kaum Produktionsaufwand besitzen und einen angenehmen Kontrast zu den strukturellen Sendungsabläufen bietet, was wiederum zu einer Vereinfachung der Rezeption führt. Diese Auflockerungen nennt liveNGO.tv „Decoder“. Der Name steht für die Beschreibung einer Funktion, nämlich die Gesamtheit des Bildes vom Sender beim Rezipienten zu manifestieren, indem Gelegenheit gegeben wird, das Gesehene im Bezug auf die eigene Weltsicht verarbeiten zu können und zu aktivieren. Es handelt sich also um eine Art der gezielten Auszeit von den Matrizen der einzelnen Sendungen, um ein Resümieren mit Abstand, um das Dekodieren der Inhalte hin zu einem Gesamteindruck.

Decoder - Elemente bei liveNGO.tv

- No Comment – recorded: Videos von Themen des Tages und Lebensumständen aus der ganzen Welt
- No Comment – Live: Bilder vom Sonnenuntergang/-Aufgang, Demonstrationen,...
- YourTime: Webcam-Antworten von Usern zu den dominierenden Themen des Tages
- SJ-News (Social Journalism News) Tagesüberblick zu temporären Meldungen und Informationen aus der Welt von NPOs und deren Umwelt im Stil eines anwaltlichen Journalismuskonzeptes

Neben der verbalen Linie des Rahmens, vertreten durch klassische Jingles, treffende Slogans und diversen Programm-Hinweisen existiert allerdings auch noch ein weiterer Aspekt des Fernseh-Machens:

Die nonverbale Wahrnehmung

beeinflusst Rezipienten stärker als man eigentlich annehmen könnte. Durch eine Studie der University of Columbia wurde bekannt, „welche Komponenten eines Fernsehbildes die Zuseher heranziehen, um sich ein eigenes Bild zu machen, also für sich Bedeutung zu erschaffen. Wenn ein Nachrichtensprecher Nachrichten verliest, so sind nach dieser Untersuchung für die Zuschauer 55% nonverbale Faktoren wichtig, wie das Aussehen, die Kleidung, die Bildarchitektur und die Farben. 38% entfallen auf die Stimme und den Ton und nur 7% bleiben für den eigentlichen Inhalt.“ (Huizing & Rupp, 2003, S.56)

Diese Ergebnisse klären, warum die einheitliche Linie in der Farbgebung bei liveNGO.tv eine eigene Bedeutungslineie vertritt. Hierbei werden bewusst Gefühle ausgelöst, die je nach Farbe beim Menschen Schlaf, Appetit oder sogar Motivation steigern, aber auch verringern. So wirkt Rot aktiv, heiß und somit bedeutend für den biologischen Rezeptionsprozess. Grün hingegen wird mit Natürlichkeit, Harmonie und Herkunft assoziiert (vgl. Beer, 1995, S.33).

Die rote Farbe des Logos ist somit der ideale Aufmerksamkeitserreger für grüne, menschliche Thematik des Hintergrundes. Die Schriften und der grafische Rahmen sind eine Weiterführung des grafischen Logo-Designs. Sie betten das Logo in die aktuelle Stimmung der grafisch umgesetzten Thematik. Hierbei gilt, dass die Flächengröße der roten Elemente proportional zur Aktions-Relevanz der Bilder eingesetzt wird, was auch bei globalen Newsnetworks wie zum Beispiel CNN zur Anwendung kommt. Somit kann hierbei auch der Assoziations-Vorteil einer interkulturellen Medienkompetenz der Rezipienten genutzt werden. Grün hingegen wird dominierender positioniert, wenn es sich um ruhige, aussagekräftige Bilder mit Tiefenwirkung handelt. In diesem farblichen Spannungsfeld findet sich der grafische Sender-Rahmen rund um die einzelnen Sendungen.

Zeitlich zwischen dem periodischen Programm der NPOs angesiedelt werden Werbespots und Jingles eingesetzt, die auf spezielle Projekte und Programme hinweisen sollen. Diese sind in

Bezug auf die Thematik der Sendungen vor und nach den Spots abgestimmt. Die Werbespots bieten meist eine Wiederholung von Kontaktdaten oder auch Spendenkonten, um Sendungen nachhaltiger wirken zu lassen. Die Werbung zum Selbstzweck ist hierbei ein wichtiger Faktor um einerseits das Vertrauen in die Programmleistung des Senders zu erhöhen und andererseits die finanzielle Grundlage von liveNGO.tv durch ein Spendenkonto zu verbessern.

Die Eigenwerbung basiert auf einer Art Gewöhnungseffekt. Hier werden treffende Slogans dem Sendernamen unterzogen und mit eindrucksvollen Bildern aus den Sendungen hinterlegt. Die Schlagwortführung ermöglicht es, immer wiederkehrende Sätze des Vertrauens aufzubauen, die desto öfter sie fallen, umso vertrauter wirken. Somit kann dies also eine Bewusstseins-schaffung des übergeordneten Rezeptionsbildes genannt werden. In dieser Kommunikationstechnik liegt verstärkte Vertrauensbildung zur Beständigkeit des Senders. Desto öfter man ihn erkennt, desto bewusster wird dessen Existenz. Man kann somit auch von einem verbalen Logo sprechen.

Interne Motivation der CI

Wesentliche kommunikationspsychologische und -soziologische Aspekte werden als reflexive Prozesse von Organisationen/Medien wahrnehmbar. Dieses Verständnis von interner Motivations- und Kommunikationsleistung führt der Sozialwissenschaftler Maletzke in einer Grafik zusammen.

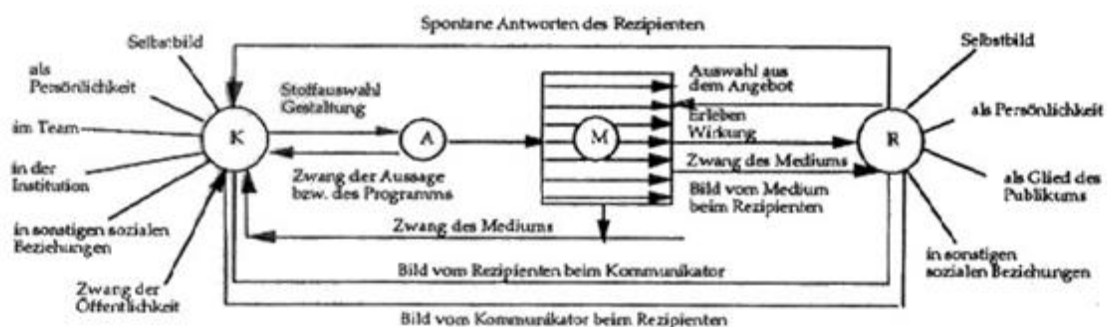


Abbildung 2: Psychologie der Massenkommunikation (Maletzke, 1963, S.41)

Durch Maletzkes Grafik wird die Priorität „Mensch“ bei der Produktion von Kommunikat bewusst gemacht. Dieser Faktor ist ein wichtiger Grundstein für die Konstruktion von liveNGO.tv. Doch gerade medienintern ist dies ein großer Bestandteil im Leben der Beteiligten. Die Agenden und Ziele des Senders vermengen sich mit eigenen Motiven und wandeln im sozialen Umfeld das Arbeitsbild. Eine starke Abhängigkeit gibt es durch die Interaktion der Sendermitarbeiter mit der Gesellschaft, denn die Stärke des Zugehörigkeitsgefühls zum Konstrukt und dessen Wohltätigkeitsansehen sind auch direkt abhängig von der Akzeptanz des Senders in der Gesellschaft. Es lässt sich also gut und gerne behaupten, dass die Zielsetzung des Senders über den Umweg der sozialen Erwünschtheit die Motivation der Mitarbeiter steigert und somit ein erfolgreicher Bestandteil einer Self-Fulfilling Prophecy ist. Die Vorgabe wird zum Ziel und durch die Gesellschaft über die Mitarbeiter zu einer katalysierten internen Kommunikation. Die Information der Mitarbeiter über die Agenden der NPOs und deren Auswirkung prägt bei Menschen aus der Arbeitsumgebung zusätzlich soziale Sensitivität und verstärkt die Arbeitskompetenz. Diesbezüglich formt dieser Effekt wiederum über Funktionen des Zusehens wie zum Beispiel der parasozialen Beziehung ein spezifisches Bild der Mitarbeiter bei den Rezipienten. Somit lässt sich die Corporate Communication nicht als spezifischer Teil des Senders sondern nur eingebettet in soziale Interaktionen des Gesamtkomplexes erfassen.

Corporate Communication Fazit

Die externe (nach außen gerichtete) Corporate Communication von liveNGO.tv beschreibt den Weg des Verbreitens und Positionieren des Senders. Die kommunikationswissenschaftliche Theorie der Medienkonvergenz erklärt, wie der Trend zur Integration von Medien, deren Inhalte und Techniken in einem sich ständig transformierenden System vonstattengeht (vgl. Schuegraf, 2008, S.23). Auf diesem unruhigen Markt sind einzelne Medien einem stetigen Trend der Annäherung ausgesetzt. Es liegt also eine systemische Kultur der ewigen Suche nach dem Besseren vor. Für liveNGO.tv bedeutet dies einen großen Vorteil, verfügt der Sender ja über ein unvergleichliches Kommunikat. Die eigentliche Funktion der Berichterstattung wird zur idealen Werbung. Exklusive Live-Bilder und Videos von den Aktionen und Events der NPOs sind rare Mangelware im Mediendschungel. liveNGO.tv gestattet Nachrichtensendern und Usern auf Internetplattformen unter Hinweis auf den Urheber die Verwendung der

Kommunikationsprodukte. Via Social-Networks wird des Weiteren regelmäßig über die Sendungen und Projekte berichtet. Die cross-mediale Strategie ist wichtig um am Kommunikationsmarkt mit allen Möglichkeiten um Aufmerksamkeit zu ringen. liveNGO.tv fällt also im weiten Sinne die Aufgabe einer non-profit Nachrichten- und Bildagentur in den Schoß. Auch wenn nicht direkt durch das Vermarkten der Bilder und Informationen Geld verdient wird, so ist die weite Verbreitung des Senders der beste Garant für eine stabile Finanzierung.

2.3.10. Mitarbeiterstruktur

Die folgende Aufstellung soll einen Einblick in die Funktionsweise und Ökonomie von liveNGO.tv bieten. Je nach Budget-Lage werden Aufgaben auch abteilungsübergreifend gelöst und zusammengefasst. Stamm-Mitarbeiter der ersten Stunde sind daher eher Allrounder. Mit wachsendem Ausbau des Senders wird auch die interne Spezialisierung vorangetrieben.

Programmaufsicht

besteht aus NPO-Vertretern, Spender- und Zuschauervertretung und Vorstandsmitgliedern

Aufgaben:

- Teilung/Einteilung und Planung der Sendezeit
- Bestätigung von Sonderformaten
- Wahrung der Programmrichtlinie durch Auslösung des Sanktionsmechanismus im Falle von Verstößen
- Zuerkennung von Produktionsförderung von förderungswürdigen Sendungen im Rahmen der vorhandenen Infrastruktur und finanzieller Budgetmöglichkeiten

Sendeabwicklung

Mitarbeiter zur technischen Ablaufsicherung

Aufgaben:

- Serverwartung
- Datentransfer-Management
- Verarbeitung und Weiterleitung der eingehenden Übertragungen (auch aufgenommene Sendungselemente werden hier nur live abgewickelt. Die Sendungsregie behalten die verantwortlichen NPOs.)

Studio und Sender-Regie

Mitarbeiter für die Abwicklung der senderinternen Produktion und Programmabwicklung

Aufgaben:

- Studioregie
- Moderation
- Schnitt
- Kameraführung
- Werbung-, Jingle- und Corporate Design Abwicklung
- Tonaufnahme
- Grafikproduktion
- Bildregie
- Bildkontrolle

Produktionshilfe

mobiler Mitarbeiterkreis der Abteilung „Studio und Senderregie“ – diese können inklusive technischer Infrastruktur wie Kameras, Schnittcomputer, usw. für spezifische Sendungen NPOs fördernd zur Seite stehen.

Aufgabe:

- mobiles Produzieren von Sendungen
- Kamera, Ton, Regie
- IP-Streaming der Sendung zum liveNGO.tv - Server

Redaktion

Sprecher, Redakteur,...

Aufgaben:

- Recherche & Moderation
- Produktionsüberwachung
- Update der Homepage via CMS (Content Management System)
- Update der Social Network News (Facebook, Twitter, Youtube, etc...)

Social Management

Management Arbeiten in Kooperation und Beauftragung des Vorstandes

Aufgaben:

- Verkauf von Werbezeit
- Social Marketing
- Planungsvorbereitung & administrative Tätigkeiten
- Markt- und Gesellschaftsbeobachtung
- Lobbying und Vernetzung
- Personalmanagement
- Homepage – Design und Kontrolling
- Social Network Strategie und CI-Planung auf den Plattformen

Vorstand

dient der Kurssetzung und Kontrolle des Senders

Aufgaben:

- Kontrolling, Vorgabendiskussion und Absegnung
- Programmrichtlinien
- Personalentscheidungen

2.3.11. Finanzstruktur

Die Finanzierung von liveNGO.tv steht auf drei unterschiedlichen Beinen. Grundsätzlich steht und fällt das Budget aber immer mit der Anerkennung der Leistung des Senders für die Gesellschaft. Die Absegnung für finanzielle Budgetzuweisungen wird direkt vom Vorstand vorgenommen.

1.) Eigenwerbung mit Spendenaufruf

Die Sendung von Werbespots in denen die Leistungen von liveNGO.tv gezeigt werden ist Bestandteil eines Fundraising-Programmes zur unabhängigen Finanzierung des Senders. Mit Hilfe von Zweigniederlassungen und Agenturen ist es Firmen in vielen Ländern möglich Steuererminderung durch Spenden an liveNGO.tv zu erfahren. Diesbezüglich strategisch werden Live-Sendungen in Ländern produziert, die zur Anerkennung von liveNGO.tv als Hilfsorganisation notwendig sind, um diese steuerpolitisch zu fördern. Wichtig ist hierbei auch die Einrichtung regionaler Kontoverbindungen, um die Spendentransaktionen zu erleichtern.

2.) Kulturförderung

Die Töpfe der staatlichen und internationalen Versorgung von sozialen und kulturellen Projekten werden durch ausgiebige Recherche der Abteilung Social Management ausfindig gemacht. Der Vorstand beschließt daraufhin einen Antrag auf Förderungsbezug zu stellen.

3.) NGO-Topf für Infrastruktursharing

Die Sendungsproduzenten der verschiedenen NPOs benötigen für den Produktionsvorgang nicht nur Human Resources, sondern auch infrastrukturelles Equipment. Um die Kosten für die Live-Sendungen so niedrig wie möglich zu halten, wird den NPOs angeboten auf Produktionshilfen von liveNGO.tv zurückzugreifen. Diese werden aus einem eigens dafür eingerichteten Fördertopf finanziert. Die Mittel hierfür stammen direkt von den NPOs und aus Kapitalüberschüssen der liveNGO.tv-Finanzierung.

Die Finanzierung von liveNGO.tv kann also zusammengefasst auf drei Quellen zurückgeführt werden.

- a) Privatspenden
- b) Förderung durch nationale und internationale Gesellschaft(en)
- c) NPOs

2.3.12. Anmerkungen und Problemfelder

Das Bestehen der einzelnen Redaktionen der NPOs ist von Spenden für die Projekte abhängig. Dies schafft einen spezifischen Themendruck. Man kann dieses Phänomen auch Mainstream-Setting nennen. Diese Korrelation zwischen Kommunikator und Gesellschaft ist reflexiv. Doch kann die Redaktion sich erst von diesem Druck emanzipieren, wenn sie eine gewisse Machtposition gegenüber den Rezipienten einnehmen kann. Diese birgt allerdings auch die Gefahr der willkürlichen Selektion von Themen und Projekten, da jedes soziale Netzwerk spezifische Interessen und Präferenzen hat, die in den anwaltlichen Journalismus der Redaktion mit einfließen. Dies wirkt sich in einem Spannungsfeld zwischen Mainstreamkultur und sozialer Verantwortung aus. Eine genaue Analyse zur Klärung von Grundfragen zur Zielgruppe ist hier ein wichtiger Orientierungsfaktor.

Technisch gesehen gibt die Analysemöglichkeit via Web-TV Statistik hierbei noch während den einzelnen Sendungen spezifischen Einblick, welche Themen hohe Einschaltquoten bringen und wann die Seher abschalten. Die weitere Klärung der Frage woher die Internet-

Nutzer kamen und wie lange sie welche Informationen (vermeintlich) rezipierten, lässt auf ein grobes Nutzungsprofil schließen. Registrierte User hinterlassen sogar noch viel mehr Daten bei liveNGO.tv, die (anonymisiert) sogar darüber Aufschluss geben können, welche Nutzungsmotive und Agenda-Prioritäten vorliegen. All diese Faktoren fließen in die Strategie des Social Marketings ein und machen ein professionelles Agieren von Web-TV Sendern erst möglich (vgl. Germelmann, 2008, S.543).

Interne Gespräche und Diskussionen über die Datenauswertung und den angenommenen Ist-Stand des Senders bringen aber nicht nur Vorteile, denn jedes Projekt und jede Fraktion versucht für die eigene Thematik (und damit verknüpft auch die eigene Existenzberechtigung) Stellung zu beziehen.

Strukturell ist natürlich auch eine Art Konkurrenzkampf der NPOs um Sendezeit und Machtposition im Sender zu erkennen, der sich auch in technischen Bereichen manifestiert. Fragen und Unsicherheiten sind die Folge. Wie viel Produktionshilfe bekommt welche Sendung? Welches Projekt erhält mehr Förderung und technische Möglichkeit?

Auch wenn grundsätzlich gleiche Spielregeln für Alle herrschen, gelten doch ungleiche Voraussetzungen. Diese werden durch ungleiche spezifische Präferenzen der Geldgeber definiert. Konflikte diesbezüglich sind natürlich und nicht gänzlich vermeidbar.

Prinzipiell ist die Frage der Finanzierung auch einem anderen Aspekt untergeordnet. Desto mehr Geld und Hilfe fließt, desto besser kann geholfen werden, was daraufhin die Hilfsbereitschaft abflauen lässt, da die Bilder und Informationen eine Verbesserung der Situation zeigen. Der Fokus der Hilfsbereitschaft wandert somit zum nächsten Brennpunkt, was den Konkurrenzkampf um Spendengelder und Hilfeleistungen wiederum gesellschaftlich regelt und zur Entschärfung dieses Konfliktes beiträgt.

Generell kann über die Finanzierung von liveNGO.tv aber gesagt werden, dass obwohl auf unterschiedliche Einnahmen zurückgegriffen wird, keine gänzlich unabhängige Kapitalform möglich ist. Es findet sich immer ein spezifisches Interesse und somit eine Art des Spendenmotivs hinter jeder Hilfsquelle. Sich darüber bewusst zu sein, ist ein wichtiger Ansatz, um dauerhafte Abhängigkeiten und größere politische Einflussnahme von Interessensvertretern zu minimieren.

Gerade die Finanzierung des Senders bereitet allerdings auch eine schwindende Akzeptanz des Publikums professionellem Social Marketing gegenüber. Gemeint ist hierbei die kritische Hinterfragung des Zusehers. Wenn das TV-Programm nach großem Aufwand und Kapital aussieht, dann sinkt die Glaubwürdigkeit des Grundsatzes, dass die Hilfe für soziale Projekte oberste Priorität genießt. Man könnte also meinen, je professioneller das TV-Programm wirkt, desto geringer wird die Akzeptanz und somit auch die gesellschaftliche Grundlage von liveNGO.tv. Eine professionelle Corporate Identity ist also eine Gratwanderung zwischen vernünftiger Professionalität und Verkörperung eines Charity-Charakters, um eine optimale Positionierung der Corporate Communication zu erzielen (vgl. Koziol, Pförsch, Heil & Albrecht, 2006, S.57). Das Spannungsfeld garantiert zwar ein annehmbares Kommunikat, verursacht allerdings auch immer einen Faktor der Ungewissheit. Gerade im NPO-Bereich, der von Vertrauen geprägt sein muss, erscheint dies als eine Problemzone.

Die gesellschaftlich-erzwungene Ausgewogenheit macht einen weiteren Aspekt der Verpackung von Inhalten zur Zielscheibe von Neidern. Denn Mitarbeiter die emotional stark in die Projekte und Soziologie der Hilfestellung involviert sind, neigen zu einer Art natürlichem Extremismus in der Berichterstattung. Dieser subjektive Ansatz von Journalismus ist zwar einerseits wichtig für eine weitgehende Motivation des Publikums zur Hilfeleistung und Änderung, andererseits schreckt ein sich an Extremen orientierendes Kommunikat Rezipienten prinzipiell ab, stehen hierbei ja die Geltungsgrundsätze „Wahrheit“ und (reflexiv an diesen gekoppelt) „Verständlichkeit“ auf dem Spiel. Dies widerspricht der eigenen Kultur und somit auch dem Grundsatz von idealisierter Verständlichkeit/Einfachheit in der Rezeption. Um das Ziel des Verstandenwerdens allerdings doch noch zu erreichen, ist es wichtig diese Fakten der Menschlichkeit durch die argumentative Rolle (zum Beispiel der intensiven Sendungsvorbereitung) zu unterstützen. Dies bedeutet natürlich mehr Arbeit für die einzelnen Redaktionen, aber auch die Bereitschaft der verschiedenen NPOs zu gemeinsamen Schulungen, Optimierungsmaßnahmen und Infrastruktursharing, wie dies durch die Produktionshilfe des Senders der Fall ist. Dies bringt nicht nur Vorteile für die NPOs mit sich, sondern manifestiert auch die Zugehörigkeit der Einzelkämpfer zu einem gesellschaftlichen Ganzen. Durch liveNGO.tv wird also nicht nur ein Synergieeffekt genutzt, sondern metaphorisch an und mit der Gesellschaft gearbeitet. Dies ist auch der Grund für die Existenz einer gemeinsamen, interorganisatorischen Plattform, die der Gesellschaft ein Image präsentiert, dass Hilfe und soziale Kraft abseits von Regierungen und Profitstreben möglich ist.

2.4. Live-TV und Wirkung

Unter dem Begriff Live-TV versteht man die beabsichtigte Gleichzeitigkeit von der Bildübertragung eines Events durch einen TV-Sender und dessen dadurch reflexiv stattfindendes Medienereignis. Somit wird ein Wirklichkeitsangebot des Kommunikators zu einer medial-konstruierten Wirklichkeit für eine offene Anzahl an Rezipienten. Dadurch kann der Wahrnehmungsprozess auf Seiten der Zuseher in Bezug auf den Gesamteindruck

„...technische Simultanität (zwischen Ereignis und Übertragung) und bewusst erlebte soziale Synchronität (bei der Rezeption) miteinander verbinden.“ (Beck, 1994, S.306)

Es wird dadurch einerseits ein technisches Bild vom Erleben eines Ereignisses erreicht, andererseits aber auch das Bewusstsein, dass man dieses Erlebnis nicht alleine hat. Somit fühlt der Rezipient Bedeutungszuweisung durch vergemeinschaftetes Erleben von Informationen, von neuen Welten. Dies bedeutet in Bezug auf die zeitliche Synchronität dieses Vorganges:

„...jeder weiß also, was die anderen wissen können oder sogar: dass sie wissen können, dass er weiß, was sie wissen.“ (Merten, 1977, S.147)

Die Autorität von Meinungsführern und hierarchischer Kommunikationsstruktur wird dadurch in Frage gestellt und die Rolle des Kommunikationsfilterns dem Wirklichkeitsabbild überlassen. Kein Journalist, keine zusätzliche Verzerrung, keine Frage nach gesellschaftlicher Legitimation des Ereignisses selbst wird der rezeptiven Konstruktion kognitiv hinzugedacht.

Gerade in den letzten Jahren wurden durch Ereignisse wie zum Beispiel 9/11, die „live“ ausgestrahlt wurden, Fragen aufgeworfen, ob Medien sich diesbezüglich zu Mittätern machen (vgl. Martenstein, 2001, S.160). Denn ein Event wie ein Terroranschlag hat den Zweck einen spezifischen Zustand in der Gesellschaft zu fördern und dies wird auch erreicht, durch die Einzigartigkeit der Vorgabe eines objektiven Wahrheitstransports und dem Wissen der Rezipienten „gerade jetzt“ mitzuerleben, wie sich Bilder in die Köpfe der Menschen brennen. Medien als diesbezügliche Transporteure und konstruktivistischer Weise auch Erschaffer von Weltbildern und somit Wahrheiten werden also beabsichtigt missbraucht.

Ob als eingebettete „embedded“ Sprachrohre wie dies während Kriegen der Fall ist, oder als Angstmacher, wie dies vor Kriegen der Fall ist - Medien werden subjektiv gebraucht und am liebsten mit vorgegebenem Anspruch der objektiven Welt, der Wahrheit zu entsprechen. Verzerrung von Wahrheit ist unvermeidbar und erfolgt beim ersten Aufstellen eines Kameraobjektives, das eigentlich genauso gut auch „Subjektiv“ genannt werden könnte. Die Frage zielt also nicht darauf ab, ob Medien verzerren, sondern welche Weltbilder gezeigt werden sollten. liveNGO.tv kann hierbei eine positivere Antwort geben.

Die Vorteile der großen Wirkung von Live-Fernsehen sind somit folglich zusammenfassbar:

- vermeintlich ungeschminkt und objektiv
- spannend durch unklaren Ausgang der Sendung
- Geschichte schreibend (Mondlandung, 9/11, Kriegsberichterstattung, Wahlen, Entscheidungen auf höchster Ebene,...)
- reflexiv bedeutender , da man weiß andere sehen gerade jetzt auch diese „neue Welt“ → Vergesellschaftung
- verbunden sein über die Rezeption mit dem Ereignis und den anderen Rezipienten
- Ein TV-Ereignis mit ungewissem Ausgang für Kommunikator und Rezipient stellt beide auf eine Seite - verbindet also auch Empfänger der Botschaft mit dem Sender, der dadurch nur zu einer Rezeptionsinstanz gedacht wird, einem Fenster zur Welt.
- Höhere Wirkung der (kognitiven) Aufmerksamkeit, da sich das Erleben in erster Reihe abspielt und die Information nicht durch weitere Gesellschaftsinstanzen manipuliert wird. Das Publikum kann somit direkter am Puls der Geschichte neue Weltbilder miterleben und ist nicht in der üblichen Art und Weise damit beschäftigt, zu hinterfragen, von wem die Vermittlung erfolgt/verzerrt wird.
- Meinungsführer erhalten zeitlichen Informationsvorsprung gegenüber anderen, die nicht rezipieren. Andere hingegen sind nicht mehr angewiesen auf weitere Informationsaufbereitung (Opinion Leader), da diese nicht mehr zur Rezeptionssituation wissen können.

2.5. Event- und Erlebniskommunikation

Ein Bild kann mehr als 1000 Worte sagen, ein Video eine leicht rezipierbare Art der Informationsverbreitung sein, aber ein großes Erlebnis wirkt unvergesslich.

Milliarden von Informationen prasseln täglich auf den globalisierten Menschen ein. Bilder werden vergessen, Artikel verarbeitet und Videos dekonstruiert, dennoch erinnert man sich an viele Sinneseindrücke, die rund um einen speziellen Event aufgenommen wurden und dies auch noch Jahre später. Ein großes Erlebnis wird unvergesslich. Wo und von wem hat man über 9/11 gehört. Bedeutende Informationen sorgen für eine Fülle an Details, die sich in das Gehirn miteinprägen. Die nachhaltige Wirkung von Information auf das menschliche Gehirn kann also enorm sein, sobald Neuigkeit zu einem Erlebnis wird. Die Frage die sich hierbei stellt, liegt auf der Hand:

Wie kann man TV-Seher zu einer Erlebniskultur führen? Wie kann man den Inhalt von Sendungen bedeutsamer machen? Kann man dies nicht durch eine gute Produktion, einen guten Schnitt, einprägsame Musik, tolle Bilder erreichen? Wie kann man also die Konstruktion des Ereignisses an sich so formen, dass den Zielen gemäß optimierte Wirkung erreicht wird?

Die Antwort auf diese Fragen scheint eine Quelle aus dem professionellen Event-Marketing geben zu können.

„...Vor allem aber ermöglicht die mediale (Live-)Übertragung eine besondere Verbindung bzw. Verbundenheit zwischen den leibhaftig am Event Teilhabenden und den nicht-Präsenten: Indem diejenigen, die dabei sind, permanent mit denen, die daheim geblieben sind, kommunizieren (können), erhält die Event-„Gemeinde“ vor Ort – auch der Selbstwahrnehmung nach – eine Art Stellvertreterrolle für (irgend-)ein Ganzes, für eine (spezifische) Allgemeinheit.“ (Pfadenhauer, 2008, S.128)

Um also nachhaltigst wirken zu können, muss TV selbst zum Ereignis werden, um sich selbst die Bedeutsamkeit des Ereignisses zu steigern. Eine mitgedachte Interaktion der Agierenden

durch die gleichzeitige Verbindung zwischen Kommunikator, Akteuren und den Rezipienten trägt entscheidend dazu bei.

Da der Erfolg der Live-Kommunikation mit dem Publikum kein Geheimnis mehr ist, schlägt sich bei Live-Übertragungen im TV die Wirkungserhöhung natürlich auch im Bereich der Werbekosten nieder. TV-Sender verlangen von ihren Werbekunden zum Beispiel im Rahmen des Opernballes oder auch Sportübertragungen höhere Abgeltung der Sendezeiten. Der Erlebnisfaktor und die nachhaltige Wirkung der medialen Ereignisse werden als professionellste, wertvollste aller Kommunikationsformen erkannt und auch gerne bezahlt (vgl. ORF-Enterprise, 2007).

2.6. Umfeld und Akteure

Um einen Auszug aus der Welt der NPOs zu skizzieren, muss man sich kurz einmal vor Augen halten, wie viele gemeldete NGOs weltweit tätig sind.



Abbildung 3: NGOs weltweit (UIA, 2009)

Die größten NGOs verfügen über Budgets von mehreren Millionen Dollar pro Jahr. Abhängig sind viele der Organisationen allerdings nicht nur von Spenden, sondern auch oft von Zuwendungen von Staaten und deren internationalen Töpfen. Spezifische Beispiele aus der Liga der großen NGOs zeigen die perfektionierte Arbeitsweise und Organisationsstruktur.

So deklariert die Hungerhilfe-Organisation OXFAM ein jährliches Budget von 162 Millionen Dollar. Die Organisation erhält zum Beispiel ein Viertel der Einnahmen aus Töpfen der britischen Regierung und der Europäischen Union. Lobbying wird in diesen Dimensionen als unverzichtbar angesehen. Das professionelle Agieren am Kommunikationsmarkt verlangt ständige Beobachtung und Interaktion mit dem politischen Geschehen vor Ort (dort wo auch immer dieses kommuniziert wird). Dies ist auch der Grund für zahlreiche Büros in diversen Ländern. Oxfam arbeitet auf der einen Seite „unabhängig“ mit Politikern und auf der anderen Seite mit lokalen Organisationen zusammen, dort wo die Hilfe ankommen soll. Die internationale Vernetzung und die interorganisationelle Zusammenarbeit sind Garant für die Stabilität der Leistungserkennung und Finanzierung der Organisation (vgl. Oxfam, 2010, S.15).

Aber auch NPOs aus anderen Bereichen haben erkannt, dass es immer wichtiger wird in einer Art Dachverband zusammen zu arbeiten. So sind viele der großen Umweltschutzorganisationen in einem Koordinationsverband namens „die Grünen 10“ tätig. Hierbei werden Kommunikation und politisches Lobbying themen- und projektspezifisch koordiniert, um den größtmöglichen Synergieeffekt zu nutzen.

„The purpose of the Group is to give a greater voice to the environmental NGO community in Brussels by promoting a message of strength, unity and professionalism to the key targets, the European Institutions. The intention is to facilitate the internal co-ordination and collaboration between the members of the Group, and not to create a new organisation with its own external profile.” (Coen & Richardson, 2009, S.172)

Selbst die großen Organisationen gehen nicht mehr ursprüngliche Wege der absoluten Eigenständigkeit als Marke und Kommunikator. Sie müssen sich anpassen an ein sich immerwährend veränderndes Umfeld. Die Gesellschaft und ihre Systeme verändern sich zunehmend, dies bedeutet zwar Einschnitte und Anpassungswiderstand im strukturellen Tätigkeitsbereich der NPOs, allerdings birgt dies auch Chancen und Synergieeffekte in sich.

Die wesentlichen Punkte dieser Transformation können folgend beschrieben werden (vgl. Bruhn, 2005, S.506-508):

- Die Finanzierung aus öffentlichen Mitteln wird immer stärker zurückgefahren
- Fundraising und Sponsoring werden zu zentralen Instrumenten der NPOs
- Globale Markliberalisierung
- Die Privatwirtschaft übernimmt viele ehemalige NPO-Aufgaben
- Neue Märkte für NPOs, da vieles nicht mehr rentabel erscheint (z.B.: Bahnstrecken,..)

Daraus folgt, dass NPOs gezwungen sind zu reagieren, einerseits mit professionellem Marketing und Verständnis von Aufmerksamkeitsprozessen und andererseits durch systematische Umstellung.

„Auf Basis neuer Technologien bieten sich Nonprofit-Organisationen innovative Möglichkeiten, um mit ihren Anspruchsgruppen zu interagieren.“ (Bruhn, 2005, S.511)

2.7. Social Marketing

Basierend auf Marketing für konventionelle Produkte werden Grundsätze und Methoden auch auf den Austausch von Ideen und sozialen Wertvorstellungen angewendet. Sozialmarketing versucht durch geprüfte Marketinginstrumente gemeinggesellschaftliche Anliegen effizienter zu beurteilen und zu handeln.

„Sozial Marketing ist die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle von Marketingstrategien und –aktivitäten nichtkommerzieller Organisationen, die direkt oder indirekt auf die Lösung sozialer Aufgaben gerichtet sind.“ (Bruhn & Tilmes, 1994, S.21)

In dieser Arbeit werden allerdings nicht alle Aspekte des Social Marketings behandelt. Um den Fokus auf die Kommunikationsleistung von liveNGO.tv nicht zu verlieren, wird hierbei nun speziell die erste Stufe der Methoden tiefer untersucht. Wie auch in der Wissenschaft üblich, wird zuerst die Klärung der Frage, wohin die Reise geht, beantwortet, um dann feststellen zu können, ob mit den bestehenden Mitteln die Wege Richtung Ziel beschritten

werden oder ob eine Diskrepanz zwischen Organisation und Organisationsziel besteht. Dazu muss nun der Ist-Stand erhoben werden, um zu klären welcher Reisetrend existiert. Um diesen darzulegen, wird die Effektivitäts- und Effizienzanalyse - ein anerkanntes Instrument dazu ist der SWOT-Analyse - herangezogen. Dadurch ist es möglich eine erste Überprüfung der Konstruktion einzuleiten, um damit Leistungsvektoren aufzuzeigen und in realen Funktionen sichtbar zu machen.

2.7.1. SWOT - Analyse

Die Analyse der Marktfähigkeiten eines Social Marketing-Konstrukts ist ein in die Umwelt des Gegenstandes eingebetteter Weg, der vielseitige und umsichtige Klärung der aktuellen und zukünftigen Situation des Unternehmens benötigt. Die SWOT - ANALYSE ist hierbei ein angemessenes Instrument, das von vielen führenden Unternehmungen im Charity-Bereich verwendet wird, um höchste Analysequalität zu bieten (vgl. Koziol, Pförsch, Heil & Albrecht, 2006, S.47).

In dieser Arbeit wird die Methode in abgewandelter Auffassung beschrieben, es handelt sich hier um ein Instrument, das in erster Linie die Kommunikationsleistung und deren soziale Umweltfaktoren beschreiben soll. Wirtschaftlichkeit und Ökonomie sind natürlich wichtig und können bei Bedarf jederzeit gerne genauer untersucht werden. Den Umfang dieser Arbeit würde dies allerdings sprengen. Somit beschränkt sich die Aussage auf die Kernelemente der sozialen Realität, natürlich nicht ohne die Grundlage der Ökonomie von knappen Gütern mitzudenken.

SWOT – das steht für

- Strengths
- Weaknesses
- Opportunities
- Threats

Die Stärken und Schwächen werden hierbei eher als interne Positionen gesehen und die Chancen und Risiken als externe Faktoren. Aus dieser Analyse geht eine Art Leistungskatalog hervor, der zur Bewusstseinsprägung im Umgang mit dem Konstrukt liveNGO.tv dient.

Die Fazits dazu sind faktorübergreifend und werden wie folgt nach dem Marketingstrategen Werner Peples deklariert:

SWOT – FAZIT	Stärken	Schwächen
Chancen	Ausbauen	Aufholen
Risiken	Absichern	Meiden

Tabelle 1: SWOT-Analyse (Koziol, Pförsch, Heil & Albrecht, 2006, S.48)

Stärken

Werden als Kernkompetenz einer Organisation gesehen. Idealerweise bieten diese eine gewisse Einzigartigkeit, die das Profil von anderen Marktteilnehmern unterscheidet.

Schwächen

Sind als Eigendefinition zu erkennen, die sich aus dem selbst definierten Anspruch und Bild von Leistung ergibt. Hierbei ist auch die Konkurrenz ein wichtiger Faktor, der mitgedacht wird.

Chancen

Sind in Bezug auf das Marktumfeld, Kunden, Rezipienten, die Wirkungs- und Erfolgswahrscheinlichkeiten geprägt. Es werden einzelne Projekte, aber auch kulturelle Metaziele von liveNGO.tv in Bezug auf die Leistungsfähigkeit näher beleuchtet.

Risiken

Beschäftigen sich mit Umfeldbedingungen des Marktes und Hindernissen, die den angestrebten Erfolg von liveNGO.tv eventuell gefährden könnten. Worst Case Szenarien zeigen wie sich Stärken zu Schwächen entwickeln können und der Wettbewerb auf Leistungsangebote reagieren könnte.

II. EMPIRISCHER TEIL

4. FORSCHUNGSLEITENDE FRAGEN & HYPOTHESE

Forschungsleitende Frage:

FF1:

Welche Wirkung der abschätzbaren Effektivität und Effizienz der Kommunikationsleistung von liveNGO.tv kann skizziert werden?

Hypothese

H1:

Wenn die Effizienz und Effektivität der Kommunikationsleistung untersucht wird, dann kann spezifische Wirkung auf die Zielgruppen extrahiert werden.

5. OPERATIONALISIERUNG

Die Operationalisierung der Hypothese benötigt in erster Linie eine Unterteilung des Begriffes „Effizienz und Effektivität“ in Analyseeinheiten. Diese wird mit Verweis auf die Anwendung der anerkannten Bewertungsmethode von NPOs, der SWOT-Analyse, geklärt und teilt in einem ersten Schritt die Eigenschaften des Forschungsobjektes in vier Bereiche ein. Die Operationalisierung wird deshalb wie folgt vorgenommen:

Variable X „Effizienz und Effektivität der Kommunikationsleistung“

X1: Stärken

X2: Schwächen

X3: Chancen

X4: Risiken

Variable Y „spezifische Wirkung auf die Zielgruppe“

Y1: individuelle Rezipienten

Y2: soziale Gruppe der Rezipienten

Y3: Medienakteur

Y4: Medienkultur

Y5: einzelne NPOs

Y6: Kultur – in Bezug auf NPOs

Bei der Kategorisierung der Zielgruppe wird klar zwischen Menschen und Organisationen unterschieden. In der Mehrzahl bedeutet dies auf der einen Seite soziale Gruppierung und auf der anderen Seite eine Kulturgebung für Gruppen und deren Metagruppierungen. Es wird somit eine Art der spezifischen Kultürlichkeit in Handlungsinteraktionen beschrieben.

Anhand dieser Operationalisierung kann somit nun durch die Forschungsergebnisse auch die Frage geklärt werden, ob und in welchem Ausmaße die Ziele des Senders erreicht werden könnten. Hierbei wird aber nicht nur das Finden von Hindernissen sondern auch das Suchen von eventuellen Lösungsansätzen zum weiteren Inhalt. Eine Art Klärung von Vielfältigkeit und Möglichkeiten ist hierbei nur als Trend verfolgbar. Denn jedes Theorem muss auf Dauer geprüft werden, um weiterhin Gültigkeit zu besitzen, ob in Bezug auf Refiktionen oder auch realen Konstruktionen ist hierbei zweitrangig.

6. METHODENBESCHREIBUNG

Grundlage ist die Beschreibung und Zuordnung der Elemente von liveNGO.tv zu Theorien der Kommunikationswissenschaften, wie dies durch die einzelnen Punkte der Begriffserklärung zu Stande kam. Die eigentliche Forschung wird auf Grund der Kategorisierung der Bestandteile durch die Kriterienordnung der SWOT-Analyse vorgenommen. Hierbei werden die Elemente in Bezug auf interne und externe Umweltfaktoren getrennt in Korrelation zur Kommunikationsleistung der Zielgruppe entsprechend aufbereitet. Diese Beschreibung der Unternehmensleistung führt somit zu einem Resümee der Kommunikationsleistung und deren Bewusstseinswerdung.

Es wird ein Formular mit den Anforderungen der SWOT-Analyse erstellt, um eine Hilfslinie durch den Forschungsdschungel zu designen, dieses wird als Basis für die Forschung an den spezifischen Zielgruppen verwendet und stellt auch für weitere Forschungen eine Orientierungsgrundlage dar. Eine Zusammenfassung der Forschungsergebnisse bildet dann den Abschluss des Analysevorganges.

7. FORSCHUNGSABLAUF

Das Formular wird mit den SWOT-Zuordnungen beschrieben und bei Bedarf zur genaueren Orientierung durch sozialwissenschaftlichen Theorieverweis und Verbindungen zur unterbeziehungsweise übergeordneten Zielgruppenkategorie ergänzt. Die Forschungsblätter werden stichwortartig Schritt für Schritt ausgefüllt, um die Deklaration der Forschungsergebnisse vorzubereiten.

Medienakteur

Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
*Informationen direkt vom Puls der Story *zusätzliche Themenauswahl-Möglichkeiten *exklusive, konfrontative News- & Bildquelle --> daher schnelle Verbreitung des Namens *von Regierungen unkontrolliert, unzensiert *Ergänzung zu herkömmlichen Nachrichten *ethische Wertevertretung in der Redaktion *Authentizität der Quelle *Vereinfachung von Recherche und Bildsuche durch das liveNGO.tv-Archiv	*Bildqualität nicht herkömmliche TV-Qualität *Widerstand gegen Bilder und Infos einer anderen Redaktion *verminderte Eigenrecherche zu sozialen Themen als Folge *Resistenz gegen Themen der sogenannten „linken Propaganda“	*direkte Übernahme von Livebildern bei Sondersendungen/Aktionen (gratis bei Quellangabe) *Prägung einer neuen Redaktionskultur → liveNGO.tv als Habit in den Redaktionen *Produktionshilfe *weitere Synergieeffekte durch spezifische Kooperation	*verlieren des Wettlaufes zwischen Nachrichtenwert und Bildqualitätsinbußen (schlechte Datennetze/Verbindungsabbrüche über Handy/Satellit) --> Führt zu *Vertrauensverlust *Übernahme der Themen in Eigenproduktionen
<u>Weiterführende Theorie dazu:</u> Medienkonvergenz <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *akzeptierte, authentische Quelle *Agendasetting	<u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Kooperation nur möglich bei Umstellung der Redaktionskultur *negative Netzwerkkampagnen: Regierungen, Lobbys >< liveNGO.tv *Keine Exklusivität der Bilder, da diese frei verfügbar sind	<u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Medienkonvergenz --> technische Qualitätssteigerung, inhaltliche Konvergenz	

Tabelle 2: SWOT - Medienakteur

Medienkultur

<u>Stärken</u> *Förderung einer reflexiven Werteproduktion in den Redaktionen --> sozialer Einsatz ist gesellschaftsfähig *Trend einer kritischen Informationskultur *Kein Konkurrenzierendes Kommunikat am Markt *Live-Kultur-Produktion *zusätzliche Themenbereicherung am Nachrichtenmarkt <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Habermas "Wahrhaftigkeit", "Wahrheit" *Anwaltschaftlicher Journalismus *Cultural Studies <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> Agendasetting	<u>Schwächen</u> *Qualitätsimage der Bilder * Abneigung gegen eingebetteten Journalismus <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> Media Literacy <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> Kulturtechnischer Zwang zu professioneller Sendequalität	<u>Chancen</u> *Reflexives Habit → Standard-Infopartner eines Berufsstandes (reflexiver Ausbau) *Spenden der Medienlandschaft *Produktionshilfe *weitere Synergieeffekte durch Kooperationen <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> Transformation der Medien als deren Kulturbegriff (Medienkonvergenz)	<u>Risiken</u> *Netzwerkkampagnen gegen das emanzipatorische Paradigma (Lobbyisten/Regierungen) *kulturelle Ablehnung (Bildqualität) ohne den Inhalt zu berücksichtigen <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Kritischer Rationalismus – Popper <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Strukturalistische Vorgaben an Redaktionen durch das hierarchische System
--	--	--	---

Tabelle 3: SWOT - Medienkultur

individuelle NPOs

<u>Stärken</u> *Synergie der Kommunikationsleistung *Einer für Alle / Alle für Einen - Schutz *Ressourcen spendend *Verstärkung der Agendaleistung *Professionalisierung des Fundraisings *Exakte Selbstdarstellung durch Unabhängigkeit der Sendungen *Emanzipierung von Regierungen/Zensur (Aktionsfreiheit) <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Agendasetting <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Kulturziele gemeinsam erreichen *Kulturproduktion	<u>Schwächen</u> *ewige Sozial-Themen-Konkurrenz im Medium selbst → Ängste um das Untergehen des eigenen Anliegens <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Diverse Wirkungsforschung <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Trend der Profilierung und Klarheit durch absolute Unabhängigkeit	<u>Chancen</u> *Teil eines Kulturrends *eigenes Thema live im TV inklusive Aktivierungswert bei optimaler Zielgruppe <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> Cultural Studies <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Vertiefung von Zusammenarbeit *weiterführende Synergieeffekte	<u>Risiken</u> *interne Konkurrenz *Streit um Senderressourcen <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Habermas „herrschaftsfreier Diskurs *Konflikttheorie <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Belastung der Zusammenarbeit
--	--	--	---

Tabelle 4: SWOT – NPO

Kultur der NPOs

Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
*Manifestierung in gesellschaftlichen Trends *Wertekampfinstrument *positive Wandlung/Nutzungs des Zwangs zur Transformation der NPOs	*Vorurteil gegen Aufgabe einer konservativen (funktionierenden) Struktur *Umdenken des Systems notwendig	*reflexive Systemwirkung durch Stärkung der gesellschaftlichen Werte "Change&Hope" --> Änderung des sozialen Bewusstseins von Handlungsfähigkeit *Erneuerung der Hilfsstrukturen der Gesellschaft	*einzelne/totale Angstreaktionen und Rückzug in absolute Eigenständigkeit
<u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Cultural Studies *Emanzipatorische Theorien *Medienkonvergenz	<u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *kritischer Rationalismus	<u>Weiterführende Theorie dazu:</u> Cultural Studies	<u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *doppelte Konstruktion des Misstrauens (Dominoeffekt) *Angst vor Verlust der Unabhängigkeit/Eigenständigkeit
<u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Förderung einer dynamischen Kultur der immerwährenden Transformation	<u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Angst vor Verlust von Funktion / Einfluss / Möglichkeiten	<u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Verbesserung des Kontrollings und Anpassungsprozesses *Steigerung der Hilfsmöglichkeiten und des Bewusstseins von Erfolg	

Tabelle 5: SWOT – Kultur der NPOs

RezipientIn

Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
*Identifikation --> Suche nach Wahrheiten *Konfrontation mit dem Glauben an Veränderung/Hoffnung *Spannung durch Live-Berichte/Ereignisse *direkte Verbindung zum Event, zur NPO, zum Kommunikator und dies reflexiv zeigend zu anderen Rezipienten *durch interaktive Handlungsmöglichkeit Verantwortung, Hilfe möglich! *starke Aufmerksamkeit, Kognition *emotionale Aktivierung durch Decoder	*"nur Probleme"-Vorurteil *Spartenkanal - sehr spezifische Zielgruppe *komplizierte Corporate Identity <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Motivforschung - Eskapismus *Habermas "Verständlichkeit" <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *deprimierende Stimmung bei Gesprächen über liveNGO.tv	<u>Chancen</u> *Verstärkung des Glaubens an menschliche Solidarität *Kraft für soziales Engagement *Hope/Change Obamarism *Mitarbeit, Spendenmotivation *Insider-TV - wie früher Al Jazeera - durch exklusive Übertragungen <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Two-Step-Flow-of-Communication <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Direct Marketing durch Opinion Leader in der sozialen Gruppe *Ausbau einer kritischen Rezipientenkultur	<u>Risiken</u> *Ablehnung von professioneller Hochglanz-Berichterstattung über Leid *zu kleine Zielgruppe *Eskapismus-Konsumkultur der Rezipienten <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Habermas „Wahrhaftigkeit“ *Media Literacy <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Verstärkung der Kritik durch spezifische Art der sozialen Erwünschtheit in der sozialen Gruppe potentieller Seher/Unterstützer
<u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *diverse Wirkungsforschung <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Networking der Interessen via Web-Plattform *Überzeugung bei Gesprächen mit anderen durch soziale Erwünschtheit			

Tabelle 6: SWOT - RezipientIn

Soziale Gruppe der Seher

<u>Stärken</u>	<u>Schwächen</u>	<u>Chancen</u>	<u>Risiken</u>
*Vergemeinschaftung *direkte Kommunikation über liveNGO.tv (Auswirkung soziale Erwünschtheit) *unvergleichbare Kommunikationsleistung *Schneeball-Networking via Facebook *Live-Übertragungen sind Events von sozialen Gruppen *--> Folge: Anlasskommunikation, Agendasetting <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Agenda Setting *Soziale Erwünschtheit *Two-Step-Flow-of-Communication (Opinion Leader) *Live-Gemeinde nach Merten <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *W ertediskurs *Opinion Leading *Rezeptionsmotivation: Wissensvorsprung *Stärkung von Zugehörigkeit	*Umfeld: professionelles Kapitalwelt-Networking - daher schwieriger Aufmerksamkeit von Communities zu gewinnen *kapitalisierte Media Literacy, Rezeptionskultur/motivation (Mainstream) <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> *Cultural Studies *Medienpädagogik <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Agenda-Setting bei einzelnen Rezipienten durch soziale Gruppen (Kapital-Networking)	*News-Agent/-Feed for Communities (Facebook, Twitter,...) *Arbeit mit ganzen Gruppen möglich *Vergemeinschaftung durch die Webplattform des Senders --> Corporate Communication <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> - Social Marketing <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Änderung des Verhaltens/Bewusstseins der sozialen Bewegung	*Vertrauen wird nur sehr langsam aufgebaut, aber schnell zerstört *natürliche Konkurrenz zu anderen Weltbildern - zb.: von Regierungen (da Umgehen von Zensur) <u>Weiterführende Theorie dazu:</u> - Habermas „Wahrheit“ <u>Bezug zu Unter/Übergruppe:</u> *Gegenkampagnen wirken via Lobby-Networking direkt auf das Image des Senders beim Rezipienten

Tabelle 7: SWOT – Rezipienten als soziale Gruppe

Anmerkung zum Forschungsablauf:

Die Forschungsmethode hat mitunter auch gezeigt, dass sich weitere Theorien anbieten, um die Wirkung und das Umfeld des Kommunikates zu beleuchten. Spezifische Untersuchungen sind dazu möglich, würden aber den Fokus dieser Arbeit vom Ganzen hin zum Mikroskopischen verschieben und werden somit nur mitgedacht. Die möglichst ganzheitliche Beleuchtung des Ergebnisses ist eine Folge.

8. ERGEBNISDEKLARATION

Das Gesamtergebnis der SWOT-Untersuchung bietet nun einen ersten Einblick in die Kommunikationsleistung von liveNGO.tv und deren Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken.

Herausragend konnten Synergieeffekte zwischen den Akteuren festgestellt werden, diese bringen ein für Rezipienten spannendes, unvergleichliches Kommunikat in Verbindung mit ökonomischen Vorteilen und einer stark gesteigerten Wirkung auf die Gesellschaft und deren Themen. So wirken die Sendungen von liveNGO.tv nicht nur kurzfristig als exklusive und konfrontative Bildquelle, sondern manifestieren durch eine gleichzeitig erlebte (Live-)Verbindung zwischen Betroffenen, dem medialen Raum und einer reflexiven Gesellschaft unzensurierte Nachhaltigkeit auf lange Sicht. Diese horizontale Vergemeinschaftung beflügelt den Wertediskurs innerhalb der eingebundenen Institutionen und prägt somit nicht zu Letzt über das Agenda-Setting eine Kulturproduktion mit diesbezüglichem Wertediskurs. Der Zwang zur Transformation von NPO-Arbeit nutzt somit die ursprüngliche Beschneidung der Handlungsmöglichkeiten für einen Rundumschlag für die Befreiung von eindimensionalem, kapitalökonomischem Denken und erfindet sich selbst neu als Zahnrad in einem hochwirksamen Wertekampfinstrument, mit dem Ziel einer Habermasschen Diskursethik.

Der strukturelle Widerstand könnte größer jedoch kaum sein, so handelt es sich meist um systemische Schwerfälligkeit, die wohl einem metaphysischen Beharrungsvermögen zugeordnet werden könnte. Weder Redaktionen noch Organisationen oder gar physische,

geschweige denn psychische Systeme lassen sich gerne von äußeren Einflüssen treiben. Zu groß ist die damit verbundene Angst vor Kontrollverlust. Anfänglich machen technische und inhaltliche Vorurteile gegenüber der Corporate Communication von liveNGO.tv großen Eindruck, doch falls sich die Gesellschaft dazu entschließt angesichts des unausweichlichen Trends der Transformation der Systeme dem Kommunikat von liveNGO.tv eine Chance zu geben, werden die weit überwiegenden Vorteile des Senders die Nachteile „alt“ aussehen lassen. Ein Kausal, das die zukünftige Existenz von liveNGO.tv mit Wahrscheinlichkeit verhindert, ist derzeit nicht wahrnehmbar.

Für die Verbreitung (und Aufbau) einer bekannten Marke ist der Sensations- und Aktionswert des Verbundenseins mit Bedürftigen aber auch anderen Interessierten eine große Chance für den Sender, so sichert dies einen Insider-Status in sozialen Communities (Facebook, Twitter, Youtube, NPO-Netzwerke, Redaktionen, Wissenschaft,...) und eine Übernahme der Live-Bilder von großen Newsnetworks bei Bedarf zu. Das Agenda-Setting dahinter ist in der Lage Bewusstsein für einen neuen systemischen Umgang mit Menschen und der Umwelt zu prägen. Dies wird durch Stärkung des Vertrauens in eigene Handlungen des sozialen Engagements (Hilfe kommt an!), aber auch der emotionalen Reflexion/Aktivierung einer konstanten und nachhaltigen Corporate Communication (z.B.: durch „Decoder“) erreicht. Durch die Änderung der Agenda-Erwartungen in den Medien kann es in Folge auch zu weiteren Synergieeffekten kommen, dazu zählen Vertiefungen von genereller und spezifischer Zusammenarbeit, wie auch Spenden und technische Aufbauhilfe von Seiten der Medienlandschaft. Einer gesellschaftlichen Akzeptanz von anwaltschaftlichem Journalismus und neuen Trends der Hilfeleistung werden dadurch Tür und Tor geöffnet, was sich über Politik und Gesetzgebung auch auf Strukturen unserer gesellschaftlichen Konstruktionen auswirkt.

Diese beschriebenen Chancen können natürlich nur dann zur Geltung kommen, wenn liveNGO.tv die Risiken des Unternehmens kennt und diese gekonnt umgeht. Das Gefahrenpotential für die Sendeplattform ist in erster Linie davon abhängig, ob die Zusammenarbeit der NPOs untereinander stabile Produkte erzeugt. Streit und Konkurrenzverhalten sind nicht nur kontraproduktiv, sondern bergen auch die Gefahr von technischem und inhaltlichem Qualitätsverlust, was auch schwere Auswirkungen auf das Vertrauen der Medien in die Kommunikationsleistung von liveNGO.tv zu Folge hätte. In einem Dominoeffekt würde hierbei die Agenda nicht mehr im Vordergrund stehen, was auch

auf NPO-Seite Angst und Misstrauen gegenüber der gesamten Konstruktion schüren würde. Aber auch eine Lieferung von professionellen Hochglanzbildern kann Rezipienten verstören, so wird dadurch die Frage gefördert, mit wie viel Geld und Kapitalinteresse (was nie gänzlich vermeidbar ist) es ethisch vertretbar ist, über Leid zu berichten. Diese Verunsicherung würde auch natürlichen Gegnerschaften wie zensierenden Regierungen und konservativen Lobbys erleichtern, liveNGO.tv durch Negativkampagnen zu destabilisieren.

7.1. Verifizierung der Hypothese

Die wissenschaftliche Betrachtung der (Aus-)Wirkung von Kommunikation konnte in Verbindung der Untersuchung von Effizienz und Effektivität der Kommunikationsleistung insbesondere in Bezug auf deren Zielgruppen spezifisch beschrieben werden. Diese dekonstruktivistische Zuordnung im Sinne einer Verbindungsherstellung von Kommunikationselementen erlaubt eine strukturierte, wissenschaftliche Betrachtung von liveNGO.tv, somit wird die Hypothese:

„Wenn die Effizienz und Effektivität der Kommunikationsleistung untersucht wird, dann kann spezifische Wirkung auf die Zielgruppen extrahiert werden.“

als verifiziert angegeben. Das Ergebnis der Untersuchung kann somit in ein gültiges Fazit zum nun erweiterten Forschungsstand übergeleitet werden.

7.2. Fazit und Bedeutung des nun erweiterten Forschungsstandes

Zusammengefasst sind die Kernelemente dieser Arbeit deklarierbar unter dem Mantel der speziellen Wirkung von Live-TV und einer sozialen Bewegung. Dies prognostiziert und skizziert zugleich eine emanzipatorische Zukunft der stetigen Veränderung von Social Marketingstrategien. Der “liveNGO.tv“-Trend des Ausdrucks von Menschlichkeit und des Zusammenhaltes durch live-verbindende Berichte rund um die ganze Welt mit bis zu 336 Live-Sendungen pro Woche ist eine Vision, die nicht nur erlaubt eine geballte Kraft von

mindestens 336 NPOs im Programm zu integrieren, sondern auch die weltweite Informationslandschaft mitzugestalten.

Auch wenn dies futuristisch klingen möge, muss man bedenken, dass der mediale Unternehmer und Kommunikator als redaktionelle Instanz von NPOs gedacht werden kann, da er mit den Aufgaben eines Medienakteurs und der Philosophie des anwaltschaftlichen Journalismus betraut ist. Und wer hätte wohl 1995 gedacht, dass sich kaum 10 Jahre später ein inter-cross-mediales Transportmedium finden wird, das konvergent alle Medien der unterschiedlichsten Medienkanäle in sich vereinen lässt. So hat zum Beispiel auch das Internet eine Kultur der Möglichkeiten geprägt, wie sie in derzeitigen Paradigmen wohl oft selbstverständlich gesehen wird. Diese Emanzipation bedeutet wissenschaftlich gesehen die Leistungsbeschreibung abseits von bisher beschrittenen Wegen, allerdings vorausdenkbar durch Trends von Bewegungen. liveNGO.tv wurde in dieser Arbeit als einer dieser Trends betrachtet.

Das Konstrukt liveNGO.tv steht nun für einen wissenschaftlich attestierbaren Trend in der Gesellschaft. Es liegen keine existenzbedrohenden Gründe vor, die annehmen lassen, dass liveNGO.tv die reale Existenz verwehrt bleibt. Dies bedeutet einen ersten Schritt in Richtung Realisierung zu gehen, um einen Weg der Zusammenarbeit von NPOs und wirkungsvoller Medienarbeit wahrscheinlicher zu gestalten als dessen Abstinenz.

liveNGO.tv ist somit als Refiktion anerkannt und verifiziert.

QUELLENVERZEICHNIS

- **Beck, Klaus** *Medien und die soziale Konstruktion von Zeit Über die Vermittlung von gesellschaftlicher Zeitordnung und sozialem Zeitbewusstsein* . Opladen , Westdeutscher Verlag , 1994 .
- **Bruhn, Manfred** *Marketing für Nonprofit-Organisationen* . Stuttgart , Kohlhammer GmbH , 2005 .
- **Bruhn, Manfred / Tilmes, Jörg** *Social Marketing. Einsatz des Marketing für nichtkommerzielle Organisationen* . Stuttgart , Kohlhammer , 1994 .
- **Carnap, Rudolf** *Der logische Aufbau von Welt* . Hamburg , Felix Meiner Verlag , 1998 .
- **Coen, David / Richardson, Jeremy** *Lobbying the European Union: institutions, actors and issues* . New York , Oxford University Press Inc. , 2009 .
- **Garfield, Steve** *Get Seen. Online Video Secrets to Building Your Business* . New Jersey , John Wiley & Sons, Inc. , 2010 .
- **Germelmann, Claas Christian** *Medien im Marketing. Optionen der Unternehmenskommunikation* . Wiesbaden , Gabler Verlag , 2008 .
- **Google-AdWords** *Google Adwords* . [Online]2010 . [Zitat vom: 13 07 2010 .] <http://adwords.google.com> .
- **Habermas, Jürgen** *Zur Rekonstruktion des historischen Materialismus* . Frankfurt am Main , Suhrkamp , 1976 .
- **Horton, Donald / Wohl, Richard** *Mass Communication and Para-Social Interaction. Observations On Intimacy at a Distance*. In: *Psychiatry*, 19(3) . 1956 , S.215-229 .
- **Huizing, Klaas / Rupp, Horst(Hrsg.)** *Medientheorie und Medientheologie* . Münster , Lit-Verlag , 2003 .

- **Jarren, Ottfried / Bonfadelli, Heinz** *Einführung in die Publizistikwissenschaft* . Berne , Haupt Verlag , 2001 .
- **John, Gerald** *Trommelfeuer in Brüssel*. In: *derStandard.at* . [Online]30 07 2010 . [Zitat vom: 02 08 2010] <http://derstandard.at/1277339323041/EU-Lobbys-Trommelfeuer-in-Bruessel> .
- **Koziol, Klaus / Pförtsch, Waldemar / Heil, Steffen / Albrecht, Kathrin** *Social Marketing. Erfolgreiche Marketingkonzepte für Non-Profit-Organisationen* . Stuttgart , Schäffer-Poeschel Verlag , 2006 .
- **Maletzke, Gerhard** *Psychologie der Massenkommunikation* . Hamburg , Verlag Hans-Bredow-Institut , 1963 .
- **Martenstein, Harald** *Ein TV-Drama - Inszeniert von den Tätern*. In: *GEO EPOCHE*. Nr.7 . 2001 , S.160ff .
- **Merten, Klaus** *Kommunikation. Eine Begriffs und Prozeßanalyse* . Opladen , Westdeutscher Verlag , 1977 .
- **ORF-Enterprise** *Preise TV-Event 2010* . [Online]2010 . [Zitat vom: 02 07 2010] http://enterprise.orf.at/typo3conf/ext/up_downloadcluster/pi1/downloadfile.php?filename=2010_PreiseTV_EventWB.xls .
- **Oxfam** *Jahresbericht 2009* . [Online]2010 . [Zitat vom: 12 07 2010] http://www.oxfam.de/sites/www.oxfam.de/files/2010_jb_6mb.pdf
- **Pfadenhauer, Michaela** *Organisieren. Eine Fallstudie zum Erhandeln von Events* . Wiesbaden , VS Verlag für Sozialwissenschaften , 2008 .
- **Popper, Karl / Miller, David** *Lesesbuch: ausgewählte Texte zu Erkenntnistheorie, Philosophie der Naturwissenschaften, Metaphysik, Sozialphilosophie* . Tübingen , J.C.B. Mohr , 1995 .
- **Schnurbein, Georg von** *Nonprofit Governance in Verbänden. Theorie und Umsetzung am Beispiel von Schweizer Wirtschaftsverbänden* . Berne , Haupt Verlag , 2008 .
- **Schuegraf, Martina** *Medienkonvergenz und Subjektbildung. Mediale Interaktionen am Beispiel Musikfernsehen und Internet* . Wiesbaden , VS Verlag für Sozialwissenschaften , 2008 .

- **Schweitzer, Eva Johanna** *Deliberative Polling. Ein demoskopischer Ausweg aus der Krise der politischen Kommunikation?* Wiesbaden , Deutscher Universitäts-Verlag , 2004 .
- **Simpson, Wes** *Video over IP. A Practical Guide to Technology and Applications* . Oxford , Focal Press , 2006 .
- **Timberlake, Justin** *What Goes Around.../ ...Comes Around* . [CD-Single] . New York City , RCA/Jive Lable Group , 2007 .
- **UIA, Union of International Associations** *Yearbook of International Organizations: Statistics on international organizations* . In: Bundeszentrale für politische Bildung - www.bpb.de . [Online]2009 . [Zitat vom: 03 08 2010]
[http://www.bpb.de/wissen/3UD6BP,0,0,NichtRegierungsorganisationen_\(NGOs\).html](http://www.bpb.de/wissen/3UD6BP,0,0,NichtRegierungsorganisationen_(NGOs).html)
- **ZEC** *ZEC.org* . [Online]2010 . [Zitat vom: 15 07 2010]
http://www.zec.org/01la_zec.php?p=04.php&idioma=_al# .

ABGABEF ORMULARF ÜRSCHRIF TLICHE ARBEITEN
 INSTITUTFÜR PUBLIZISTIK - UND
 KOMMUNIKATIONSW ISSENSCHAFT



Zur Vereinheitlichung der schriftlichen Arbeiten und der Vorbeugung von Plagiatsfällen bitten wir Sie, die folgenden Informationen zur Kenntnis zu nehmen und mit ihrer Unterschrift zu bestätigen:

Die nicht belegte Verwendung der geistigen Arbeit anderer, insbesondere die nicht zitierte Übernahme oder Paraphrasierung von Passagen aus deren Werken, konstituiert ein Plagiat. Die auszugsweise oder gänzliche Aneignung fremder Arbeiten zur bewussten Erschleichung eines Leistungsnachweises kann studien- und zivilrechtliche Konsequenzen zeitigen. Ebenso ist die erneute Abgabe eigener oder fremder Texte sowie von Arbeiten, die nur geringfügig modifiziert wurden, zum selben Zweck unzulässig.

Daten der Lehrveranstaltung:

LV-Titel:		Com p.Nr:	Sem ester:
Bakkalaueats-Seminar		220011	WS09
LV-LeiterIn:		LV-Art:	
O. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer		SE BAKK 2	
Titel/Untertitel der schriftlichen Arbeit:			
„LIVE“ - das spricht fürs Leben! liveNGO.tv			
Nam e:	Kleinhagauer	Matrikel-Nr./ Studienkennzahl:	
Vornam e:	Thomas	0105741	
Vermerk: (intern)			

Hiermit bestätige ich, die vorliegende Arbeit eigenständig verfasst zu haben und entsprechend der Richtlinien redlichen wissenschaftlichen Arbeitens der Universität Wien (veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 31.1.2006) sorgfältig überprüft zu haben. Diese Arbeit wurde nicht bereits in anderen Lehrveranstaltungen von mir oder anderen zur Erlangung eines Leistungsnachweises vorgelegt.

Datum

Unterschrift

.....

.....

DECKBLATT für schriftliche Arbeiten Institut f. Publizistik – u. Kommunikationswissenschaft

• Daten der Lehrveranstaltung (aus aktuellem Vorlesungsverzeichnis!)

LVA-LeiterIn: O. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer
Name, Vorname

LVA-Titel: Bakk 2 -Seminar
(aus Vorlesungsverzeichnis)

Computernr. d. LVA : 220011

Semester i.d. die LVA stattgefunden hat: WS 2009

TITEL der Arbeit: „LIVE“ - das spricht fürs Leben! liveNGO.tv

Abgabedatum: Sommer 2010

• Daten des Studierenden:

Name Kleinhagauer **Vorname** Thomas

Matrikelnummer: 0105741 **Tel./e-mail:** thomas@kleinhagauer.com

Studienkennzahl: 033 / 641 (z.B. 301/ 295) 0660 / 6165022

Bitte Daten vollständig und leserlich (Blockbuchstaben) ausfüllen ! Danke.

Nicht vom Studierenden auszufüllen:

Zeugnisdatum	Note	Unterschrift LVA-LeiterIn

