

Inhalt

1	Einleitung.....	17
2	Öffentlichkeit und Netz	20
	2.1 Öffentlichkeit als semantisches Feld	20
	2.2 Habermas' normativer Öffentlichkeitsbegriff	21
	2.3 Legitimation im politischen Diskurs	22
	2.4 Kritik an der massenmedial vermittelten Öffentlichkeit.....	23
	2.5 Netzkommunikation	24
	2.5.1 Strukturwandel 2.0?	24
	2.5.2 Das soziale Netz.....	25
	2.5.3 Persönliche Öffentlichkeiten.....	25
	2.5.4 Virtuelle Gemeinschaften	26
3	Partei und Netz	28
	3.1 Die etablierten Parteien.....	28
	3.1.1 Organisation und Massenkommunikation.....	28
	3.1.2 Parteien im Netz.....	30
	3.2 Netzpartei	30
4	Kommunikationssoziologische Grundlagen	33
	4.1 Parteiorganisation im Fokus soziologischer Analyse.....	33
	4.2 Bordieus Praxisbegriff.....	34
	4.2.1 Ressourcen	35
	4.2.2 Habitus und Normen des sozialen Feldes	36

4.3	Rahmen und Strukturen	38
4.3.1	Rahmenanalyse	38
4.3.2	Giddens Strukturtheorie	39
4.4	Analysemodell für die Nutzung neuer Medien im Social-Web	41
4.4.1	Die drei Strukturdimensionen	41
4.4.2	Die politische Dimension der Netznutzung	44
5	Methode	46
5.1	Qualitative Forschung	46
5.2	Ethnographie.....	47
5.2.1	Teilnehmende Beobachtung.....	47
5.2.2	Ethnographie und Netz	48
5.3	Dokumentenanalyse.....	50
5.4	Interviews	51
6	Im Feld.....	53
6.1	Feldzugang und vorgefundene Strukturen	53
6.1.1	Der Medienhype	53
6.1.2	Kontaktaufnahme.....	54
6.1.3	Die Crew Guybrush Threepwood	54
6.2	Das Feld als sozialer Handlungsraum.....	56
6.3	Die Feldrolle und die Forschungsfrage	57
6.4	Untersuchung	59
6.4.1	Untersuchungszeitraum.....	59
6.4.2	Das Grundsatzprogramm	60
6.4.3	Die kommunikative und soziale Praxis.....	61
6.5	Qualitative Interviews	61
6.5.1	Das problemzentrierte Interview.....	62
6.5.2	Auswahl und Ansprache der Interviewteilnehmer	63

6.5.3	Leitfadenstruktur.....	63
6.6	Offenheit und Anonymität	63
7	Die Programmentwicklung im LV-Berlin	65
7.1	Das digitale Kommunikationsnetz.....	65
7.1.1	Das Piratenwiki.....	66
7.1.2	Die Mailinglisten	67
7.1.3	Das Scheitern der großen Mailinglisten als Diskussionsmedien.....	68
7.1.4	Twitter.....	72
7.1.5	Blogs.....	74
7.2	Zwischenfazit I.....	74
7.3	RealLife.....	75
7.3.1	Überblick	76
7.3.2	Die Squads	76
7.3.3	Die Crews	80
7.4	Zwischenfazit II: Fragmentierung	81
7.5	LiquidFeedback	82
7.5.1	Funktionsweise	83
7.5.2	LQFB in der Programmentwicklung.....	88
7.5.3	LQFB wirkte strukturierend auf die Meinungsbildung.....	90
7.6	Mitgliederversammlung	91
7.6.1	Rechtliche und rituelle Rahmung.....	92
7.6.2	„An Bord“	92
7.6.3	Ergebnis	94
8	Partizipation.....	96
8.1	Aktivenzahlen.....	96
8.1.1	Die Aktiven-Gruppe.....	98
8.2	Fazit zu den Partizipationszahlen.....	99

8.2.1	Barrieren	99
8.2.2	Der lange Arm des RealLife	100
8.3	Partizipation in der Aktiven-Gruppe	101
9	Fazit.....	104
9.1	Postbürokratische Organisation?	104
9.1.1	LiquidFeedback	104
9.1.2	„LiquidFeedack-Crash“	105
9.2	Piraten-Community	106
9.3	Die Netzpartei.....	107
	Literaturverzeichnis	111
	Internetquellen	117
	Anhang.....	119

Partei, Netz, Netzpartei

Meinungs- und Willensbildung in der Piratenpartei

Odenbach, J.

2012, XV, 103 S. 5 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00375-3