

Inhalt

Vorwort | 7

1 Einführung | 9

- 1.1 Quellen des Kreativitätsglaubens | 11
- 1.2 Problemaufriss – situative Formung des Kreativen in Arbeitswelten | 27
- 1.3 Aufbau des Buches | 32

2 Kreativ Wirtschaften – kreativ Arbeiten: Fünf Problemfelder | 37

- 2.1 Kreativität als Motor für Stadt- und Regionalentwicklung | 38
- 2.2 Organisation von Kreativität | 38
- 2.3 Arbeiten in der Kreativwirtschaft | 39
- 2.4 Subjektivierung der Arbeit | 40
- 2.5 Neue Werte, Welten und Subjekte | 42
- 2.6 Eine Forschungslücke – Pluralität kreativer Praktiken | 47

3 Theoretischer Zugang – Die Praxis von Werteordnungen | 53

- 3.1 Soziologie der Konventionen als Synthese aus Praxis und Pragmatismus | 55
- 3.2 Konventionen als Rechtfertigungslogiken | 61
- 3.3 Die Analyse von Konventionen in ‚praktischen Formationen‘ | 65
- 3.4 Anwendung auf subjektive und intersubjektive Aushandlungsprozesse | 67
- 3.5 Leistung und Grenzen des Ansatzes | 68

4 Methodologie | 73

- 4.1 Sozialkonstruktivistisches Paradigma | 74
- 4.2 Datenerhebung | 81
- 4.3 Datenanalyse – die dokumentarische Methode mit diskursanalytischen Elementen | 84
- 4.4 Untersuchungsfeld | 90

5	Kreative und nicht-kreative Arbeitspraktiken	95
5.1	Ideengenerierung	96
5.2	Gestaltung	102
5.3	Frei sein, Mitbestimmen und Entscheiden	104
5.4	Analyse & Interpretation	107
5.5	Das Nicht-Kreative	109
6	Von sozialen Feldern und Wertewelten	115
6.1	Soziale Felder und idealtypische Figuren als Bezugspunkte	117
6.2	Kreativität in verschiedenen Wertewelten	126
6.3	Kreativität als ein Chamäleon	147
6.4	Soziale Felder versus kreative Wertewelten	149
7	Sichtbares und Unsichtbares – Exklusives und Alltägliches	157
7.1	Schillernde Kreativität	157
7.2	Profane Kreativität	161
7.3	Außen- und Innenperspektive – Andere und das Selbst	164
7.4	Von Dichotomien und subversiven Praktiken	167
8	Das Künstlerische im Kommerziellen	173
8.1	Umgang mit Reibungspunkten	174
8.2	Selbständigkeit als Befreiungsschlag?	191
8.3	Von kleinen und großen Spielräumen	200
9	Qualitätsansprüche an kreatives Schaffen	203
9.1	Formung durch wissenschaftliche Gütekriterien	204
9.2	Gestaltungsregeln	206
9.3	Handwerkliche Qualitätsansprüche als Rahmen des kreativen Schaffens	208
10	Kreativität und der Neue Geist des Kapitalismus	211
10.1	Kreativität im Dienste verschiedener Welten	213
10.2	Die Frage nach der guten Arbeit	221
10.3	Kreative Arbeitsformen im Kontext einer Kreativen Wirtschaft	233
11	Fazit – Alternative Lesarten	239
	Bibliographie	249