

neu bei edition sigma

Ursula Holtgrewe

Flexible Menschen in flexiblen Organisationen

Bedingungen und Möglichkeiten kreativen und innovativen Handelns

FORBA-Forschung, Bd. 1

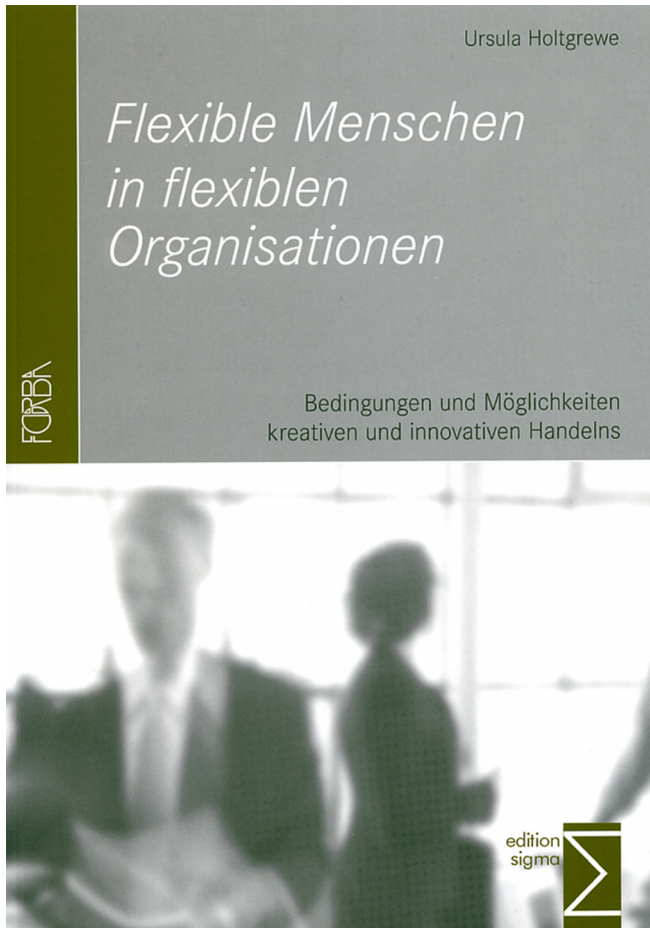
Berlin: edition sigma 2006

317 S., Kt.

ISBN 3-89404-544-2

€ 19,90

Holtgrewe untersucht in diesem Buch den Stellenwert des kreativen Handelns und der Subjektivität in Organisationen, die sich flexibilisieren, näher an den Markt rücken und Kontinuitäten in Projekte auflösen. Solche Organisationen fordern die Kreativität und das Strukturierungsvermögen der Arbeitenden selbst für routinisierte Arbeit in intensiverem Maß als die fordistischen Betriebe. In der arbeits- und industriesoziologischen Diskussion erscheint Subjektivität vielfach als bloße Resultante betrieblicher Anforderungen. Dieser Sichtweise setzt die Autorin ein theoretisches Konzept entgegen, in dessen Mittelpunkt Kreativität und zeitliche Situiertheit des Handelns sowie Intersubjektivität und Anerkennung stehen. Holtgrewe konkretisiert und überprüft das Konzept des kreativen Handelns in flexiblen Organisationen mit empirischen Fallstudien auf unterschiedlichen Ebenen: Mit der Telekom steht eine ‚alte‘ Organisation im Zentrum, die sich zum Unternehmen transformiert; Callcenter repräsentieren einen neuen, hochflexiblen Organisationstypus; und Projekte der Open-Source-Softwareentwicklung rücken innovative, netzwerkförmige Arbeit jenseits des Marktes ins Blickfeld.



Aus dem Inhalt

0. Einleitung

1. Der Theoriebaukasten

1.1 Strukturierungstheorie und Spielräume des Handelns

1.2 Soziales Handeln bei Mead 1.3 Das Dreieck: Kreativität, Routine, Innovation 1.4 Wechselwirkungen in den Dimensionen des Sozialen 1.5 Die Zeitstruktur des Handelns

1.6 Subjektivität als Strukturierungsebene 1.7 Intersubjektivität und Anerkennung

2. Organisation

2.1 Theoretische Vorentscheidungen: Warum nicht Systemtheorie oder rational choice? 2.2 Organisation als reflexive Strukturierung 2.3 Handeln in/von Organisationen 2.4 Die Artikulation von zeitlichen Handlungsmodalitäten in Organisationen: Planen und Erzählen 2.5 Organisationelle Reflexivität 2.6 Indifferenz und Subjektivitätsbedarf von Organisationen 2.7 Fazit

3. Optionsbewirtschaftung: Dimensionen organisationellen Wandels

3.1 Vergangenheit und Zukunft 3.2 Muster der Reorganisation 3.3 Von der Innovation zur Innovativität – Kreativität als Norm? 3.4 Gestaltung organisationeller Grenzen

4. Organisation und Subjektivität

4.1 Flexible Menschen und Arbeitskraftunternehmer 4.2 Die industriesoziologische Diskussion der 90er Jahre 4.3 Organisationstheoretische Perspektiven 4.4 Soziale Differenzierung 4.5 Die biographische Perspektive 4.6 Die Anerkennungs-Perspektive in Organisationen

5. Re-Organisation und Subjektivität: Die Empirie

5.1 Die Fälle und Projekte 5.2 Der Kontext allgemein: Informations- und Kommunikations-Industrie 5.3 Die alten, die neuen und die anderen: Organisationelle Felder, Handlungsarenen und Positionierungen in der Informations- und Kommunikationsindustrie

6. Reflexive Reorganisation und kreatives Handeln bei der Telekom

7. Callcenter: Aussourcen und Spezialisieren

8. Open Source-Software: Kreatives Handeln und reflexives Organisieren

9. Organisation und Reorganisation kreativen Handelns

9.1 Das Organisieren kreativen Handelns 9.2 Weisen kreativen Handelns und reflexiven Strukturierens →

9.3 Zeitliche Artikulation des Handelns 9.4 Chancen und Restriktionen kreativen Handelns: Ungleichheiten, Ohnmacht und Größenwahn

10. Institutionen, Organisationen, Subjekte

11. Positionierungen der Subjektivität

11.1 Organisationelle Indifferenz? 11.2 Subjekte: Risikomanagement 11.3 (Selbst-)Positionierung der Subjekte

11.4 Anerkennung und Artikulation sozialer Zeit

12. Zum Schluss: Flexible Menschen in flexiblen Organisationen?

Literatur

Bestellung

Ich bestelle aus dem edition sigma-Programm:

Anzahl	Kurztitel oder ISBN	Ladenpreis
<input type="checkbox"/>	Ich erbitte – kostenlos und unverbindlich – weitere Informationen über das edition sigma-Verlagsprogramm.	

Name, Anschrift
Datum, Unterschrift

edition sigma
Karl-Marx-Str. 17 D-12043 Berlin
Tel. [030] 623 23 63 Fax 623 93 93
E-Mail: verlag@edition-sigma.de
Programminformationen, Titelrecherche und
Online-Bestellfunktionen rund um die Uhr:
www.edition-sigma.de

544.06

