

1. Record Nr.	UNISA996398649803316
Autore	Kramer Hannes
Titolo	Die Praxis der Kreativität : Eine Ethnografie kreativer Arbeit / Hannes Kramer
Pubbl/distr/stampa	Bielefeld, : transcript Verlag, 2014
ISBN	3-8394-2696-0
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (423 p.)
Collana	Gesellschaft der Unterschiede ; 18
Classificazione	AP 17440
Disciplina	659.1042
Soggetti	Werbung; Werbeindustrie; Kreativität; Kreativarbeit; Ethnografie; Soziologie; Arbeit; Wirtschaft; Arbeits- und Industriosociologie; Kultursoziologie; Wirtschaftssoziologie; Kulturwissenschaft; Sociology; Work; Economy; Sociology of Work and Industry; Sociology of Culture; Economic Sociology; Cultural Studies
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	1 Inhalt 7 Einleitung 9 1.1 Erwerbsarbeit im Wandel 23 1.2 Erwerbsarbeit im Frühkapitalismus und der organisierten Moderne 26 1.3 Erwerbsarbeit in der Gegenwartsgesellschaft 30 1.4 Die Kultur und Kreativwirtschaft 59 Exkurs: Die Creative Industries als Kreationierungsprogramm - zur Kritik an der Kreativwirtschaft 63 2.1 Kreativwerbung als historisches Projekt 72 2.2 Kreativität in der zeitgenössischen Werbung - analytische Perspektiven 94 3.1 Zur Forschungspraxis und Methode 103 3.2 Praxistheorie als grundbegriffliche Heuristik 113 4.1. Die Repräsentation und Organisation von Kreativität 128 4.2 Die Fabrikation von Kreativität 160 4.3 Die Organisation und das Management von Kreativität 308 5.1 Die kulturelle Formung des Kreativen in der Ökonomie 360 5.2 Die Praxis der Kreativarbeit 372 Danksagung 387 Transkriptionskonventionen 389 Bibliographie 391 420
Sommario/riassunto	Wie läuft kreatives Arbeiten ab? Was bedeutet Kreativität für den Arbeitsalltag und wie wird in komplexen Organisationen Kreativität verankert? Am Beispiel der Arbeitspraxis in der Werbeindustrie rekonstruiert Hannes Kramer die Entdeckung, Formierung und Stabilisierung kreativer Produkte en detail. Hierbei zeichnet er ethnografisch die Entstehung eines Werbeprodukts anhand prägender

Stationen nach und schließt so eine systematische Leerstelle: den Einblick in die konkrete Praxis künstlerisch-kreativer Arbeit in zeitgenössischen Ökonomien. Kreativarbeit erscheint demnach nicht vordergründig als mythische Tätigkeit, sondern als Ensemble kreativer Routinen.

»Die vorliegende Ethnografie glänzt in Hinblick auf Erhebung, Analyse und Darstellung durch Präzision, hohen Aufwand und Transparenz, klare Forschungsfragen und Argumentation sowie vielfältige, sinnvoll eingebettete empirische Belege (Feldnotizen, Interviewtranskripte, E-Mails, Bildmaterial). Leser\_innen [...] erhalten fundierte Einblicke in den empirischen Alltag einer schwer zugänglichen Arbeitsstätte; mit seinem Buch erreicht Hannes Kramer gekonnt sein Ziel, zur Entmystifizierung ihres außenwirksamen Medienspiels beizutragen.« Ronja Trischler, KULT\_online, 42 (2015) Besprochen in: [www.amazon.de](http://www.amazon.de), 30.09.2014, Erhard Meuler

---