

Gerlinde Vogl

Selbstständige Medien- schaffende in der Netzwerkgesellschaft

vwh
Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

G. Vogl: Selbstständige Medienschaffende in der Netzwerkgesellschaft

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2008

vwh Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg.
Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit Zustimmung der Autorin möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

– Als Manuskript gedruckt –

Satz: Werner Hülsbusch
Umschlag: design of media, Lüchow
Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-940317-38-4

Vorwort

Das Buch ist eine geringfügig überarbeitete und aktualisierte Fassung der Dissertation, die im Mai 2007 von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität München angenommen wurde. Die Dissertation entstand im Rahmen des Münchner Sonderforschungsbereiches „Reflexive Modernisierung“. Im Teilprojekt „Mobilitätspioniere“, dem diese Arbeit zuzuordnen ist, wurde theoretisch und empirisch der Frage nachgegangen, wie sich das Verhältnis von sozialer und geographischer Mobilität unter der Bedingung zunehmender Virtualisierung verändert. In der Dissertation stand dabei die Erforschung der virtuellen Mobilität von selbstständigen Medienschaffenden im Zentrum. Zentral war dabei die Frage, inwieweit sich durch die Nutzung virtueller Netzwerke ein gemeinschaftliches Handeln organisieren und herstellen lässt, das die Gestaltungschancen der Selbstständigen erhöht.

München, im November 2008
Gerlinde Vogl

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	5
	Inhaltsverzeichnis	7
1	Einleitung	11
1.1	Fragestellung	13
1.2	Aufbau der Arbeit	14
2	Kapital und Arbeit im vernetzten Kapitalismus	17
2.1	Mobilität zwischen Freiheit und Risiko	23
2.2	Virtuelle Mobilität: Beweglichkeit ohne Bewegung	27
2.3	Virtuelle Macht und kollektive Ohnmacht?	30
3	Netzbasierte Kommunikation	37
3.1	Entwicklung netzbasierter Kommunikation	37
3.2	Netzbasierte Kommunikation: Alles neu?	42
3.3	Dimensionen netzbasierter Kommunikation	46
3.3.1	Synchrone netzbasierte Kommunikation	47
3.3.2	Asynchrone netzbasierte Kommunikation	48
4	Empirische Studien zu netzbasierter Kommunikation	53
4.1	Bedeutungsverlust des Raumes?	55
4.2	Mehr Demokratie und Partizipation?	63
4.3	Neue Vergemeinschaftungsformen?	66
5	Netzwerke: Kulturtechnik der Moderne	71
5.1	Von der Gemeinschaft zum Netzwerk	74
5.2	Networked individualism	77
5.3	Das Internet als Instrument für Gegen-Herrschaft?	79
5.4	Virtuelle Netzwerke als soziales Kapital	84
5.5	Netzwerke – eine neue Form kollektiven Handelns?	88

6	Methodologie und Methode	95
6.1	Forschungsansatz und Forschungsfragen	95
6.2	Sozio-materielle Netzwerkanalyse	98
6.3	Das Forschungsdesign	100
6.3.1	Leitfadengestützte Interviews	102
6.3.2	Qualitative Inhaltsanalyse der Mailingliste	103
6.3.3	Experteninterviews	106
6.3.4	Kontextanalyse	107
6.4	Sampling und Materialauswahl	107
6.4.1	Auswahl der Interviewpartner	108
6.4.2	Auswahl der Mailingliste	109
6.5	Auswertung	111
6.5.1	Auswertung der Interviews	111
6.5.2	Auswertung der Mailingliste	113
6.6	Typenbildung	115
7	Selbstständige in der Medienwirtschaft	117
7.1	Die Medienwirtschaft zwischen struktureller und konjunktureller Krise	118
7.2	Selbstständige in der Medienwirtschaft	121
7.2.1	Von „alter“ zu „neuer“ Selbstständigkeit	124
7.2.2	Freie Berufe und neue Selbstständigkeit	128
7.2.3	Fazit: Entgrenzungs- und Angleichungsprozesse	132
8	Solo-Selbstständige vernetzt	139
8.1	Wege in die Selbstständigkeit	140
8.1.1	Die klassischen Selbstständigen	141
8.1.2	Die Ungeplanten	142
8.1.3	Die Zwangsselbstständigen	143
8.1.4	Die Wagemutigen	144
8.1.5	Fazit: Selbstständigkeit zwischen Chance und Risiko	146
8.2	Ökonomische, räumliche und soziale Rahmenbedingungen	149
8.2.1	Auftraggeber	149
8.2.2	Arbeitsort	152
8.2.3	Arbeit und Leben	153
8.2.4	Mobilitätsanforderungen	157
8.2.5	Ökonomische Situation	160
8.2.6	Soziale Sicherung	163

8.2.7	Fazit: Differenzierte Interessenlagen	165
8.3	Typologie der Internetnutzung	167
8.3.1	Investigator	169
8.3.2	Communicator	172
8.3.3	Virtual Networker	177
8.3.4	Networked Individualist	181
8.3.5	Fazit aus der Typenbildung	185
8.4	Mailinglisten für Selbstständige	187
8.4.1	Mailingliste zum Urhebervertragsrecht	189
8.4.2	Der Konflikt um das Urhebervertragsrecht	190
8.4.3	Konfliktphasen	195
8.4.4	Möglichkeiten und Grenzen einer Politik durch Kommunikation	205
9	Resümee und Ausblick	219
	Literaturverzeichnis	227