

<b>1</b>	<b>Einleitung oder: Nichts geht mehr ohne Corona-Bezug? .....</b>	<b>1</b>
1.1	Forschungshintergrund, Erkenntnisinteresse und Untersuchungsfrage .....	4
1.1.1	Hintergrund: Forschungszyklus zur Entwicklung regionaler Musik(wirtschafts)szenen und -netzwerke ....	4
1.1.2	Erkenntnisinteresse und Forschungsfrage: Die <i>interessenpolitische Dimension</i> der Vernetzung als ‚Elefant im Raum‘ der Kultur-, Kreativ- und Medienwirtschaftsforschung .....	8
1.2	Fachwissenschaftliche Verortung .....	10
1.2.1	Verortung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft 1: Die Kommunikations- und Medienwissenschaft als <i>Integrationswissenschaft</i> .....	11
1.2.2	Verortung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft 2: Zurück zum Handlungsfeld ‚Kultur-, Kreativ- und Medienarbeit‘ .....	12
1.2.3	Verortung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft 3: Arbeitsverhältnisse und -beziehungen als Gegenstände einer <i>Kritischen Politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation (KPOeMK)</i> .....	14
1.3	(Fach-)Wissenschaftliche Relevanz und Leistungsziele der Untersuchung .....	19
1.4	Praktische Relevanz der Studie .....	24
1.5	Aufbau der Untersuchung .....	27

<b>2 Begriffliche Grundlagen und theoretische Ordnungsvorschläge</b>	<b>31</b>
2.1 Was sind ‚organisierte Interessen‘?	32
2.1.1 Organisation	33
2.1.2 Interesse	35
2.1.3 Organisierte Interessen und verwandte Begriffe	38
2.1.4 Vorschläge zur Klassifikation von organisierten Interessen	45
2.2 Theoretische Perspektiven auf organisierte Interessen	50
2.2.1 (Neo-)Pluralistischer Ausgangspunkt	51
2.2.2 Die (neo-)korporatistische Perspektive	56
2.2.3 Ansätze der Neuen Politischen Ökonomie	59
2.2.4 Konflikttheoretische Perspektiven	64
2.2.5 Zwischenfazit zur bisherigen theoretischen Rahmung	79
2.3 Aktuelle praktische und theoretische Entwicklungstrends im Feld organisierter Interessen	80
2.3.1 Gesellschaftstheoretischer Kontext: Theorien zur Genese einer ‚nachindustriellen Gesellschaft‘ als Erklärungsrahmen für die jüngere Entwicklung organisierter Interessen	80
2.3.2 Der Wandel organisierter Interessen zu ‚neuen sozialen Bewegungen‘ als Metatrend	83
2.3.3 Genese, Krise und (bewegungsorientierte) Erneuerung organisierter Arbeitsinteressen	87
2.3.4 Weitere allgemeine Entwicklungstendenzen in der Organisation gesellschaftlicher Interessen	115
2.4 Synopse der Analyseperspektiven und -ebenen	121
2.5 Was ist ‚Kultur- und Medienarbeit‘?	126
2.5.1 Vorschläge zur Definition des Tätigkeitsfeldes	127
2.5.2 Nicht jede Digitalarbeit ist Medienarbeit...: Ein Abgrenzungsversuch	136
2.5.3 Heterogene Deutungen: Zum ‚Modellcharakter‘ von Kultur- und Medienarbeit für kommende Arbeits- und Wirtschaftsweisen	141
2.5.4 Arbeitsverhältnisse in der Kultur- und Medienarbeit	147
2.6 Differenzierung und Ergänzung der forschungsleitenden Untersuchungsfrage	157

<b>3</b>	<b>Methodisches Vorgehen</b>	161
3.1	Entscheidung für eine Literaturstudie	161
3.2	Der Analyseansatz des Narrative Literature Review	163
3.2.1	Umgang mit den Limitationen des NRL-Ansatzes	165
3.2.2	Vorgehen bei der Informationssuche, -auswahl und -synthese	167
<b>4</b>	<b>Literaturstudie: Organisierte Interessen in der Kultur- und Medienarbeit</b>	181
4.1	Organisierte Interessen in der Kultur- und Medienarbeit I: Die Defizit-Diagnose	181
4.1.1	Die spezifische Subjektivität von Kultur- und Medienarbeiter*innen als Hemmnis für Interessenorganisation	182
4.1.2	Die spezifischen Organisationsformen kultureller-medialer Produktion und Arbeit als Hemmnis für Interessenorganisation	198
4.1.3	Institutionelle Hemmnisse für Interessenorganisation und Defizite existenter kollektiver Akteur*innen	217
4.2	Organisierte Interessen in der Kultur- und Medienarbeit II: Historische Genese organisierter Interessen in der Kultur- und Medienarbeit	233
4.2.1	Zu historischen Voraussetzungen und frühen Formen organisierter Interessen in Künstler*innen-Kreisen	234
4.2.2	Zu jüngeren Entwicklungspfaden organisierter Interessen im weiteren Feld der Kultur- und Medienarbeit	238
4.2.3	(Solo-)Selbstständige: (k)ein Gewerkschaftsklientel?	244
4.3	Organisierte Interessen in der Kultur- und Medienarbeit III: Neue Ansätze organisierter Interessen in der Kultur- und Medienarbeit	254
4.3.1	Neue gewerkschaftliche Organisationsstrategien und -praktiken	256
4.3.2	Berufsverbandliche Neuorientierungen und Formierung neuer Interessenkoalitionen	269
4.3.3	Und immer wieder: Netzwerke	289

---

<b>5 Fazit</b> .....	311
5.1 Beantwortung der forschungsleitenden Untersuchungsfragen ....	312
5.2 Überblick über das Forschungsdesiderat: Forschungslücken auf allen Ebenen (Genese, Strukturen, Strategien, Funktionen) .....	323
5.3 Leistungen und Limitationen der Untersuchung .....	341
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	345