

Von der Umwertung des Begriffs "Arbeit"

Inserate setzen Arbeit mit Freizeit gleich und lösen damit die Grenzen zwischen Berufstätigkeit und Privatleben auf - ein **Buchtipp**

Fritz Betz, Johanna Riegler: Bilder der Arbeit im Spätkapitalismus
Cultural Studies Band 5
Löcker Verlag, Wien 2003
256 Seiten, 22 Euro

Alles neu - das war noch vor drei Jahren das Motto der Wirtschaft. Verschrieb sich ein Unternehmen nicht der von Internet und Handys getriebenen Dynamik der "New Economy", so wurde es gleich zum alten Eisen gezählt.

Wollten Arbeitnehmer nicht auf flexible Vertragsverhältnisse ohne fixe Arbeitszeiten und Arbeitsorte einsteigen, so wurde ihnen überkommenes Sicherheitsdenken unterstellt. Zwei österreichische Wissenschaftler, die Ethnologin Johanna Riegler und der Medien- und Kultursoziologe Fritz Betz, untersuchten nun, wie die Präsentation digitaler Technologien auch die Wahrnehmung von Arbeit strategisch verändert hat.

Durch die Analyse von Texten und Bildern in Werbeeinschaltungen der Computer- und Telekommunikationsbranche der Jahre 1997 bis 1999 kommen sie zu interessanten Ergebnissen: Die Telekominserate setzten Arbeit mit Freizeit gleich und lösen damit die Grenzen zwischen Berufstätigkeit und Privatleben auf.

Arbeit wird als Weg zur Selbstverwirklichung präsentiert. "Abweichler" wie etwa Computerfreaks, deren Leben dem PC gehört, sind da nicht bloß akzeptiert, sondern sehr willkommen.

Der einzelne Arbeitnehmer wird in den Inseraten als Unternehmer präsentiert, der sein Schicksal selbst bestimmen und damit neue Freiheit erlangen kann.

Riegler und Betz zeigen anhand zahlreicher Beispiele, dass das Neue Großteils in einer Umdeutung beziehungsweise in der Ausweitung traditioneller Abhängigkeiten besteht. Sie erklären damit auch, warum die Form der Arbeitsverhältnisse in der "New Economy" so gerne von der "alten" Wirtschaft übernommen worden ist. (Elke Ziegler/DER STANDARD, Print-Ausgabe, 4. 3. 2003)