

Elgen Sauerborn

Gefühl, Geschlecht und Macht

Affektmanagement von Frauen in Führungspositionen

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Vorbemerkung	7
1. Einführung	9
2. Gefühl, Geschlecht und Macht.....	23
2.1 Gefühle und Geschlecht.....	24
2.2 Gefühle in Organisationen	30
2.3 Frauen in Führungspositionen und Gefühle.....	34
2.4 Arbeit und Subjektivierung im Gefühlskapitalismus	47
2.5 Zwischenresümee: Empirische und theoretische Implikationen	55
3. Emotionen und Affekte in der Arbeitsorganisation	57
3.1 Die Sozialität von Emotionen und Affekten	58
3.2 Regulierung und Management von Gefühlen: Emotionsarbeit und affektive Arbeit	87
3.3 Die Materialität der Gefühle und des Geschlechtskörpers.....	104
3.4 Zwischenresümee: Bedeutung der theoretischen Überlegungen für die empirische Vorgehensweise	127
4. Die Interviewstudie: Methodologie und Datenerhebung	129
4.1 Verknüpfung von Theorie und Empirie.....	130
4.2 Sampling.....	134
4.3 Episodische Interviews	137
4.4 Interviewablauf und Leitfaden.....	141
5. Affektmanagement von Frauen in Führungspositionen.....	145
5.1 Eine neue Perspektive auf Emotionsarbeit: Affektmanagement.....	147

5.2 Weibliche Neulinge in männlichen Führungsetagen: Das Management als Figuration.....	149
5.3 Affektmanagement als produktives Machtinstrument weiblicher Differenz.....	165
5.4 Ambivalente Erklärungen des Erfolgs: Authentische Gefühle und rationale Sachlichkeit.....	210
5.5 Aufbruch der männlichen Führungskörpernorm: Weibliche Körper und Affektmanagement.....	231
5.6 Ambivalentes Affektmanagement: Machtinstrument und Notwendigkeit.....	257
6. Fazit.....	279
7. Anhang: Methodisches Vorgehen der Datenauswertung.....	292
7.1 Methodologische Ansätze zur Kombination von kodierenden und sequenzanalytischen Verfahren.....	292
7.2 Analytisches Vorgehen: GTM, sozialwissenschaftliche Hermeneutik und Narrationsanalyse.....	302
7.3 Die Arbeit mit Analysesoftware als materielle Praxis in der Gefühlsforschung.....	303
7.4 Die Konstruktion der Daten.....	307
Literatur.....	309