

Seminarplan

Einführung in die Neue Wirtschaftssoziologie

Dozent: Dipl.-Soz. Jonas Grauel

E-Mail: grauel@soziologie.uni-siegen.de

Telefon: 0271/740 4772

Sprechstunde: Dienstags, 10-12 Uhr (oder nach Absprache), Raum: AR-C 3204

Seit den 1980er Jahren ist mit der „neuen Wirtschaftssoziologie“ eine Forschungsrichtung entstanden, die wirtschaftliches Handeln aus soziologischer Perspektive zu erklären versucht und damit eine Alternative zur ökonomischen Theorie entwirft. Während letztere Wirtschaft als eine von sozialen Beziehungen abgekoppelte Sphäre ansieht, die anhand von universell gültigen theoretischen Modellen analysiert werden kann, geht die neue Wirtschaftssoziologie von einer Einbettung wirtschaftlichen Handelns in soziale Netzwerke, kulturelle Bedeutungen sowie politisch und rechtlich konstruierte Regeln aus, die eine empirische Untersuchung im Zeit- und Gesellschaftsvergleich nahe legt.

Typische Fragen des Themenfeldes sind wie Märkte eigentlich entstehen und welche Rolle z.B. Kultur und Staat dabei spielen. Unter Zuhilfenahme der zentralen Konzepte der „Einbettung“ und der „sozialen Konstruktionen wirtschaftlichen Handelns“ werden diese und weitere Fragen im Laufe des Seminars diskutiert.

Ziele des Seminars sind (1) die Grundideen der neuen Wirtschaftssoziologie zu verstehen und (2) einen Überblick über das Forschungsfeld, seine Problemstellung und Vorgehensweise zu erhalten. Des Weiteren soll der analytische Blick für wirtschaftliches Handeln aus soziologischer Perspektive geschärft werden.

Anerkennung: TM 6.2, TM 6.3

Anforderungen

Regelmäßige Teilnahme, Lektüre eines obligatorischen Textes pro Sitzung und Beteiligung an der Diskussion.

Bitte beachten Sie: **Teilnahme und Diskussionsbeteiligung werden von mir mit einer Aufwertung Ihrer Note belohnt!**

Um Kreditpunkte zu erhalten haben Sie folgende Möglichkeiten:

a) Textsynopsen:

3 KP: Erstellung von fünf Textsynopsen zu Pflichttexten (mit * markiert),

4 oder 5 KP: für je zwei weitere Textsynopsen erhalten Sie einen zusätzlichen KP.

Eine Textsynopse ist nicht nur eine lineare Zusammenfassung des gelesenen Textes, sondern bedeutet die Entwicklung der Hauptergebnisse in eigenen Worten. Sie erhalten dadurch eine gute Gelegenheit, wissenschaftliche Argumentation zu üben und Ihren Schreibstil weiter zu entwickeln.

Die Synopsen sollen zwei Seiten lang sein (12 pt Times New Roman, 1 ½ Zeilenabstand) und sind jeweils zu Beginn der Stunde bei mir abzugeben. Sie können selbst wählen, zu welchen Sitzungen Sie Textsynopsen verfassen möchten,

ich bitte Sie jedoch, Ihr Semester zu planen und mir bis zur zweiten Sitzung verbindlich mitzuteilen, für welche Sitzungen Sie Synopsen anfertigen möchten.

Sie erhalten die Textsynopsen von mir mit Kommentaren zurück, damit Sie sich auf dieser Basis verbessern können (ich werde versuchen, sie so schnell wie möglich zu bearbeiten, voraussichtlich wird es aber ca. zwei Wochen dauern).

b) Referat:

3 KP: Erstellung eines ausgearbeiteten Referates (etwa 30 min.) mit Handout zu einer Sitzung auf Basis des Pflichttextes sowie evtl. weiterer Texte in Absprache mit dem Dozenten.

Die Referate sollen einen Überblick über die gelesenen Texte geben, die Fragestellungen, Thesen und Ergebnisse aufführen, und eigene weiterführende Ideen zum Thema sowie Schwierigkeiten diskutieren sowie Fragen für die anschließende Diskussion formulieren.

Die Referate sollen medial durch Folien, eine PowerPoint-Präsentation oder eine schriftliche Kurzzusammenfassung ergänzt werden.

In die Bewertung jedes Referats fließen die folgenden Elemente mit ein:

- *Inhalt:* Struktur, Verständlichkeit des Sachverhalts,
- *Methodik:* Einstieg in Thematik, kreativer Medieneinsatz
- *Der/die Präsentierende selbst:* Engagement und Überzeugungskraft, Kreativität, Sprache und Ausdruck, Körperhaltung, Mimik und Gestik

Ich werde Ihnen nach dem Referat einen schriftlichen Kommentar mit Note zukommen lassen.

Ich bitte alle Referenten, spätestens eine Woche vor ihrem Referat in meine Sprechstunde zu kommen, um das Material zu besprechen.

Die Vergabe der Referatsthemen findet in der zweiten Sitzung statt! Bitte überlegen Sie sich bis dahin, welches Thema Sie favorisieren. Bitte überlegen Sie sich mehr als ein Thema, das Sie bearbeiten würden, da bei der geringen Seminargröße jedes Referat nur einmal vergeben werden kann!

c) Hausarbeit:

4 KP: Verfassen einer (10-15-seitigen) Hausarbeit.

5 KP: Verfassen einer (15-20-seitigen) Hausarbeit.

Das Thema der Arbeit sollte sich an einem der Sitzungsthemen orientieren, die genaue Fragestellung kann vom Verfasser in Absprache mit mir aber selbst festgelegt werden. Für die Hausarbeit sollten neben dem Pflichttext weitere Texte herangezogen werden, neben von mir genannten Texten sollte möglichst auch selbst nach passender Literatur recherchiert werden. Die Hausarbeit ist bis zum Ende der auf das SoSe folgenden Semesterferien abzugeben. Zur Besprechung der Hausarbeit sollten Sie mindestens einmal in meine Sprechstunde kommen.

d) Kombination von Hausarbeit und Referat:

5 KP: Erstellung eines ausgearbeiteten Referates (siehe c) und zusätzlich Verfassen einer kurzen Hausarbeit (7-10 Seiten) zum Thema des Referates.

Themen und Literatur

Empfohlene Grundlagenliteratur:

Swedberg, Richard & Granovetter, Mark (2001): Introduction. In: dies., The Sociology of Economic Life. Westview Press. S. 1-30.

Beckert, Jens; Diaz-Bone, Rainer & Ganßmann, Heiner (2007): Einleitung: Neue Perspektiven für die Marktsoziologie, in: Dies. (Hrsg.): Märkte als soziale Strukturen. Frankfurt/New York: Campus Verlag. S.19-42.

Die zu jeder Sitzung zu lesenden Pflichttexte sind mit * gekennzeichnet!		
1	9.4.	Seminarorganisation & Überblick
Teil I: Grundkonzepte der neuen Wirtschaftssoziologie		
2	16.4.	<p>Einführung: Wirtschaftliches Handeln in der neoklassischen Theorie</p> <p>Aufgabe (statt Pflichtlektüre): Recherchieren Sie vor der Stunde im Internet:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Was ist der „homo oeconomicus“ und nach welchen Maximen handelt er? 2. Welche Annahmen trifft die neoklassische Markttheorie? 3. Was ist wirtschaftliches Handeln? Worin unterscheidet sich wirtschaftliches Handeln von anderem Handeln?
3	23.4.	<p>Einbettung und soziale Netzwerke</p> <p>Die neue Wirtschaftssoziologie nimmt an, dass wirtschaftliches Handeln immer auch soziales Handeln ist und somit an konkrete, persönliche, soziale Beziehungen gebunden ist. Erfahrung und Vertrauen spielen also eine wichtige Rolle, zum Beispiel das Urteil eines Freundes beim Kauf eines Produkts. Zudem orientieren sich wirtschaftliche Handlungen nicht nur an ökonomischen Zielen, sondern auch an der Gesellschaft (Streben nach Anerkennung und Status).</p> <p>* Granovetter, Mark (2000 [1985]): Ökonomisches Handeln und Soziale Struktur: Das Problem der Einbettung, in: Hans-Peter Müller & Steffen Sigmund (Hrsg.): Zeitgenössische Amerikanische Soziologie. Opladen: Leske + Budrich, S. 175-207</p> <p>Uzzi, Brian (2001): Social Structure and Competition in Interfirm Networks, in: Swedberg, Richard & Granovetter, Mark: The Sociology of Economic Life. Westview Press. S.207-240</p>

4	30.4.	<p>Ökonomische Institutionen</p> <p>Institutionen sind soziale Organisationsformen, die sich in einer Gesellschaft „eingebürgert“ oder „verfestigt“ haben. Ein Beispiel dafür sind Tarifverträge zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern. Es stellt sich somit die Frage, wie es zur Bildung von ökonomischen Institutionen kommt und ob diese effizient sind. Das zentrale Argument der neuen Wirtschaftssoziologie ist hier, dass soziale Strukturen, insbesondere Netzwerke einen Einfluss darauf haben, wie Institutionen entstehen.</p> <p>* Granovetter, Mark (2000 [1992]): “Ökonomische Institutionen als soziale Konstruktionen – ein Analyserahmen.” In: Dieter Bögenhold (Hrsg.): Moderne amerikanische Soziologie. Stuttgart, Lucius & Lucius. S.199-217</p> <p>Fligstein, Neil (2001): The Architecture of Markets, Kap. 2: Markets as Institutions, S. 27-44</p>
5	7.5.	<p>Gruppenarbeit</p> <p>Aufarbeitung des bisher gelernten in Gruppenarbeit: Vergleich des Netzwerk- und des Institutionen-Konzepts</p> <p>Keine neue Literatur zur Vorbereitung</p>
<p>Teil II: Märkte</p>		
6	14.5.	<p>Die Entstehung von Märkten in der Geschichte</p> <p>Im Laufe der Menschheitsgeschichte haben sich Märkte von primitiven Tauschakten hin zu ausdifferenzierten Systemen mit rechtlich, kulturell und staatlich abgesicherten Regeln entwickelt. Gleichzeitig haben sich Märkte immer weiter ausgedehnt, damit wächst auch die Abhängigkeit des einzelnen und ganzer Gesellschaften von Märkten.</p> <p>* Swedberg, Richard (2003): Markets in History, in: Ders.: Principles of Economic Sociology. Princeton/Oxford: Princeton University Press. S. 131-156</p>
7	21.5.	<p>Die Soziale Ordnung von Märkten</p> <p>Um auf Märkten bestehen zu können, müssen Unternehmen drei Probleme lösen: Sie müssen sich im Wettbewerb gegenüber anderen Unternehmen durchsetzen, sie müssen mit ihren Tauschpartnern kooperieren, zudem muss der Wert von Gütern definiert werden. Beckert argumentiert, dass kulturelle Symbolik, Netzwerke, Macht und Normen zentrale Mechanismen zur Bildung von Ordnung in Märkten sind, die bedeutsamer sind als der Preismechanismus.</p> <p>* Beckert, Jens (2007): Die soziale Ordnung von Märkten, in: Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann (Hrsg.): Märkte als soziale Strukturen. Frankfurt/New York: Campus. S. 43-62</p> <p>Diaz-Bone, Rainer (2007): Habitusformierung und Theorieeffekte: Zur sozialen Konstruktion von Märkten, in: Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann (Hrsg.): Märkte als soziale Strukturen. Frankfurt/New York: Campus.</p>

8	28.5.	<p>Unsicherheit und Vertrauen in Märkten</p> <p>Vertrauen ist eine unabdingbare Voraussetzung für funktionierende Märkte. Dies ist so, da in vielen Fällen der Verkäufer einen Wissensvorsprung über die Qualitäten eines Produkts hat. Für den Käufer besteht somit Unsicherheit darüber, ob sich der Kauf lohnt. Da so eine rationale Entscheidung nicht möglich ist, muss er dem Verkäufer Vertrauen. Eine wichtige Frage für die Wirtschaftssoziologie ist, wie das Vertrauensproblem in der Praxis gelöst werden kann.</p> <p>* Jens Beckert (2002): Vertrauen und die performative Konstruktion von Märkten, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 31, H. 1, S. 27-43</p> <p>Beckert, Jens (1996): Was ist soziologisch an der Wirtschaftssoziologie? Ungewissheit und die Einbettung wirtschaftlichen Handelns, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 25, S.125-146</p> <p>Giddens, Anthony (1996 [1990]): Konsequenzen der Moderne. Frankfurt: Suhrkamp. Kap. 3, S. 102-140</p>
9	4.6.	<p>Konstruktion von Wert</p> <p>Der Wert von ökonomischen Gütern wird nicht nur durch individuelle Präferenzen bestimmt, sondern auch durch soziale Konstruktionen. Am Beispiel von Kunstwerken wird dies besonders deutlich: Ästhetische Urteile sind soziale Eigenschaften von Produkten, die erst im sozialen Konsens von Gruppen hergestellt werden. Wie viel ein Kunstwerk wert ist, ist stark von gesellschaftlich gemachten Moden abhängig. Aber auch für andere Produkten wie etwa Lebensmittel oder Dienstleistungen lässt sich argumentieren, dass Wert nicht nur über Angebot und Nachfrage zustande kommt, sondern auch durch soziale Definitionen konstruiert wird.</p> <p>* Rössel, Jörg (2007): Ästhetisierung, Unsicherheit und die Entwicklung von Märkten, in: Jens Beckert, Rainer Diaz-Bone, Heiner Ganßmann (Hrsg.): Märkte als soziale Strukturen. Frankfurt/New York: Campus. S. 167-182</p> <p>Callon, Michel; Méadel, Cécile; Rabeharisoa, Vololona (2002): The Economy of Qualities, in: Economy and Society 31, S.194-217</p>
10	11.6.	<p>Gruppenarbeit</p> <p>Aufarbeitung des bisher gelernten in Gruppenarbeit: Märkte</p> <p>Keine neue Literatur zur Vorbereitung</p>

Teil III: Wirtschaft und andere gesellschaftliche Teilbereiche

11	18.6.	<p>Kultur und Wirtschaft</p> <p>Wirtschaftssoziologen wie Viviana Zelizer untersuchen, welche Rolle kulturelle Werte und Sinnstrukturen für wirtschaftliches Handeln spielen. So wurden etwa Lebensversicherungen bei ihrer Einführung nicht akzeptiert, da die Meinung vorherrschte, menschliches Leben solle nicht in Geld messbar sein. Nur ein kultureller Wandel konnte zum wirtschaftlichen Erfolg der Lebensversicherung führen. Konsumkultur ist ein weiteres wichtiges Thema für die Wirtschaftssoziologie.</p> <p>* Swedberg, Richard (2003): Culture, Trust and Consumption, in: Ders.: Principles of Economic Sociology. Princeton/Oxford: Princeton University Press. S. 241-258</p> <p>Zelizer, Viviana (2005): Culture and Consumption, in: Smelser, Neil & Swedberg, Richard: The Handbook of Economic Sociology, Second Edition. Princeton and Oxford: Princeton University Press. S.331-354</p> <p>Abolafia, Mitchel Y. (1996): Markets as cultures: an ethnographic approach. In: Michel Callon (Hrsg.): The Laws of The Markets. Oxford: Blackwell Publishers. S. 69-85.</p>
12	25.6.	<p>Staat und Wirtschaft</p> <p>Politische Debatten um Wirtschaftspolitik drehen sich oft um die Frage, ob mehr oder weniger staatliche Eingriffe in die Wirtschaft besser für die Gesellschaft sind. Unabhängig davon, zu welcher Überzeugung man hier gelangt, lässt sich beobachten, dass kapitalistische Marktwirtschaften nur in Koevolution mit modernen Staatsstrukturen entstanden sind. Der Staat schafft erst die nötige Rechtssicherheit für die Wirtschaft, und viele Märkte entstehen erst durch staatliche Regulierungen. Staatliche Politik ist zudem an der Konstruktion von Märkten beteiligt, verschiedene politische Paradigmen können unterschiedliche Marktarchitekturen und Typen von Unternehmen hervorbringen.</p> <p>* Dobbin, Frank (2001): „Why the economy reflects the polity: early rail policy in Britain, France, and the United States“. In: Swedberg, Richard & Granovetter, Mark: The Sociology of Economic Life. Westview Press. S. 401-424</p> <p>Block, Fred & Evans, Peter (2005): The State and the Economy, in: Smelser, Neil & Swedberg, Richard: The Handbook of Economic Sociology, Second Edition. Princeton and Oxford: Princeton University Press. S.505-527</p>

13	2.7.	<p>Varieties of Capitalism</p> <p>Der Ansatz "Varieties of Capitalism" untersucht, welche spezifischen Vorteile verschiedene nationale ökonomische Institutionen und deren Zusammenhänge für Volkswirtschaften haben. In liberalen Marktwirtschaften (z.B. die USA) sind die Beziehungen zwischen Firmen, Aktionären und Arbeitskräften marktförmig organisiert, wodurch sie sehr flexibel sind, was radikale Innovationen wie die Entwicklung ganz neuer Produkte begünstigt. In koordinierten Marktwirtschaften (z.B. Deutschland) sind die Akteure oft strategisch vernetzt, was eher inkrementale Innovationen wie die Weiterentwicklung bestehender Produkte begünstigt.</p> <p>* Hall, Peter & Gingerich, Daniel (2004): „Spielarten des Kapitalismus“ und institutionelle Komplementaritäten in der Makroökonomie – Eine empirische Analyse, in: Berliner Journal für Soziologie, Heft 1, S. 5-32.</p> <p>Hall, Peter & Soskice, David (2001): Introduction, in: Dies. (Hrsg.): Varieties of Capitalism. Oxford: Oxford University Press, S. 1-45.</p> <p>Hoffmann, Jürgen (2003): Der kleine Unterschied: Varieties of Capitalism, in: WSI-Mitteilungen, Heft 2, S.124-130</p>
14	9.7.	<p>Zusammenfassung und Ausblick</p> <p>Aufarbeitung des bisher gelernten in Gruppenarbeit</p> <p>* Smelser, Neil & Swedberg, Richard (2005): Introducing Economic Sociology, in: Dies. (Hrsg.): The Handbook of Economic Sociology. Princeton and Oxford: Princeton University Press. S. 3-25.</p>