

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Teil I: Theoretische und methodologische Ausgangspunkte	13
1. Über die Natur des Menschen	15
1.1. Über die Natur des Menschen im alltäglichen Denken	15
1.2. Prämissen zur Natur des Menschen	16
1.3. Die Selbstschaffung des Menschen	18
1.4. Die Persönlichkeit des Menschen und die Rollenanalyse	24
1.5. Der Mensch ist das, was seine gesellschaftlichen Beziehungen sind	<u>28</u>
1.6. Zwischenmenschliche Beziehungen oder soziale Interaktion	32
2. Über die Natur der Gesellschaft	36
2.1. Prämissen zur Natur der Gesellschaft – im alltäglichen Denken	36
2.2. Prämissen der Soziologen	39
2.3. Voluntarismus oder sozialer Determinismus	41
2.4. Konsensus- gegen Konflikttheorien	43
3. Zur Methodenproblematik	47
3.1. Zwei Betrachtungsweisen der Gesellschaft	47
3.2. Die Gesellschaft als offenes System	50
3.3. Normen und Gesetze	54
3.4. Strukturelle und strukturierte Verhältnisse	60
3.5. Synchronische und diachronische Analyse	63
3.6. Holismus gegen Atomismus	65
3.7. Die Gesellschaft verstehen oder erklären?	68
Teil II: Wirtschaftliche Institutionen und Prozesse	73
1. Ökonomie und Soziologie	75
1.1. Eine erste Abgrenzung des Gebietes	75
1.2. Ein Versuch, den Begriff «wirtschaftliche Prozesse» zu präzisieren	79
1.3. Wirtschaftliche Rationalität	82
	5

2.	Der Produktionsprozeß	91
2.1.	Gebrauchs- und Tauschwert	91
2.2.	Arbeit und Wertschöpfung	97
2.3.	Arbeit und Arbeitskraft	100
2.4.	Die Arbeitsteilung	105
2.5.	Produktionsverhältnisse und Produktivkräfte	113
3.	Der Markt und seine soziologische Funktion	126
3.1.	Marktwirtschaft als Methode, Ressourcen zu verteilen	126
3.2.	Vor- und Nachteile der Marktwirtschaft	127
3.3.	Die wirtschaftliche Rationalität in der Marktwirtschaft	129
3.4.	Der Verdinglichungsprozeß	135
4.	Verbrauch, Verbraucherideologie, Verbrauchergesellschaft	143
4.1.	Der Verbraucher und seine freie Wahl	143
4.2.	Welches Gesellschaftsmodell erklärt den Verbraucherprozeß besser?	147
 Teil III: Macht		 153
1.	Ökonomische Macht	155
1.1.	Was verstehen wir unter Macht?	155
1.2.	Ökonomische Macht	160
1.3.	Der militärisch-industrielle Komplex	167
2.	Politische Macht	175
2.1.	Die ökonomische und die politische Macht	175
2.2.	Der Staat	183
3.	Ideologische Macht	185
3.1.	Bewußtsein	185
3.2.	Ideologie	189
4.	Klassen und soziale Schichtung	192
4.1.	Klassen und das soziale System	192
4.2.	Wie erstellt man eine Klassenanalyse?	199

Teil IV: Sprache und Kommunikation	207
1. Sprache	209
1.1. Ausgangspunkt unserer Analyse	209
1.2. Syntaktische, semantische und pragmatische Aspekte der Sprache	212
2. Soziale Kommunikation	223
2.1. Elemente einer Theorie der sozialen Kommunikation	223
2.2. Kommunikation und soziale Schichtung	225
2.3. Begriffe und soziale Verhältnisse	229
2.4. Der soziale Zusammenhang der Sprache	233
Anmerkungen	237
Literaturverzeichnis	249