

Märkte

Call for Papers - Stream 05

Die Herausbildung und Etablierung ökonomischer Märkte in der Moderne kann als Prozess einer wechselseitigen Steigerung der Ökonomisierung und Entpolitisierung wirtschaftlicher Tauschbeziehungen beschrieben werden. Mit dem Begriff der Ökonomisierung wird darauf insistiert, dass über Märkte organisierte wirtschaftliche Transaktionen nichts als der Allokation gesellschaftlich begehrter Güter und Dienstleistungen dienen. In dieser Lesart werden sowohl die Subjekte als auch die Objekte des Tausches ökonomisiert: Zum einen hängt die Teilhabe von Akteuren an diesen Transaktionen ausschließlich von ihrer Zahlungsfähigkeit ab, zum anderen werden die Objekte des wirtschaftlichen Leistungstransfers kommodifiziert und damit marktfähig. In dem Maße wie Transaktionen „vermarktet“ werden, werden diese selbst entpolitisiert. Entpolitisierung meint, dass die Prozeduren und Ergebnisse marktlicher Transaktionen weder herrschaftlich oktroyiert noch politisch ausgehandelt werden. In diesem Stream sind sowohl theoretisch als auch empirisch ausgerichtete Beiträge erwünscht, die die zugrunde liegende Annahme einer strikten Trennung öffentlicher Arenen von marktlichen Tauschbeziehungen kritisch überprüfen und die Frage nach dem Einfluss von Öffentlichkeiten auf die Strukturen, Prozesse und Dynamiken von Märkten in modernen Gesellschaften aufgreifen.

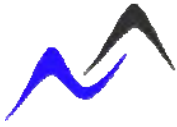
Panel I

Öffentlichkeit und (Finanz-)Märkte

Kontakt: Sandro Cattacin (Genève), sandro.cattacin@unige.ch; Andreas Langenohl (Gießen), Andreas.Langenohl@sowi.uni-giessen.de; Steffen Roth (Yerevan/Armenien), strot@me.com; Dietmar J. Wetzel (Bern), wetzel@soz.unibe.ch

In Panel I soll das Verhältnis von Markt und Öffentlichkeit thematisiert werden. Insbesondere geht es darum, die historisch gewachsenen und sich fortwährend wandelnden Grenzziehungen und Interpenetrationen zwischen Markt und Öffentlichkeit in ihrer historisch-soziologischen, ökonomisch-politischen und kulturell-diskursiven Bedeutung zu rekonstruieren. In zeitgenössischen soziologischen Konzepten werden Märkte als ökonomische Felder, Arenen oder Subsysteme konzeptionalisiert, die – etwa im Sinne der Theorie der funktionalen Differenzierung – eigenen Logiken und Relevanzen folgen. Mit der Konzeptionalisierung von Märkten als ausschließlich ökonomische Phänomene wird unterstellt, dass diese von (politischen) Öffentlichkeiten mehr oder weniger abgeschottet oder separiert sind. Zwei Themenfelder stehen im Mittelpunkt des Panels:

Zum einen soll die Tragfähigkeit dieser These vor dem Hintergrund von Märkten in Zeitaltern und Regionen überprüft werden, in denen funktionale Differenzierung keine Rolle spielt(e). Im Kontrast der Konzepte Markt und Öffentlichkeit stellt sich die Frage, ob in modernen Gesellschaften *der Öffentlichkeit* nicht ein ähnliches Schicksal widerfahren ist wie *dem Markt*: Kann es nicht sein, dass die Öffentlichkeit von der Politik semantisch ebenso vereinnahmt wurde wie der Markt von der Wirtschaft? Kann es entsprechend sein, dass Alternativen in Form nicht-ökonomisierter Märkte und nichtpolitisierte Öffentlichkeiten denkbar sind? Welche Mechanismen oder Argumente führen dazu, dass Öffentlichkeit und Markt zwangsgelöst und exklusiv je ‚ihrem‘ Funktionssystem zugeordnet werden müssen?



NEUER STRUKTURWANDEL DER ÖFFENTLICHKEIT DREILÄNDERKONGRESS

der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, der Österreichischen Gesellschaft für Soziologie und der Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie
Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, 29.09.-01.10.2011

Zum anderen soll die Frage nach dem Verhältnis von Öffentlichkeit und Markt am Beispiel moderner Finanzmärkte unter gesellschaftstheoretischer, historischer und epistemologischer Perspektive erörtert werden. Hierbei ist davon auszugehen, dass Öffentlichkeit für das Funktionieren von Finanzmärkten stets ein neuralgischer Punkt und ein mutmaßlicher Eintrittsort ernsthafter Störungen gewesen ist. Dies gilt sowohl für die Verweigerung wie für die Gewährung von Öffentlichkeit. Hatte Max Weber (1894/96) die Öffentlichkeit i.S. von allgemeiner Zugänglichkeit zum Börsenhandel kritisiert und für irrationale Schwankungen verantwortlich gemacht, treten hundert Jahre später Gesetze in Kraft, die die Vorenthaltung und den exklusiven Gebrauch von Information unter Strafe stellen („Insiderhandel“). Für die Periode dazwischen hat die historische Finanzmarktforschung unterschiedliche Verläufe identifiziert: erstens des Kampfes der Finanzmarktgilde um exklusive Anrechte auf Börseninformationen, zweitens der Professionalisierung des Handels und damit der Errichtung neuer Zugangsschranken zum Handel nachgezeichnet. Lassen sich diese Befunde zum historisch sich wandelnden Verhältnis zwischen Börse und Öffentlichkeit systematisieren? Inwiefern ist Öffentlichkeit eine Größe, die für Finanzmärkte im Unterschied zu anderen Märkten konstitutiv oder jedenfalls kritisch ist?

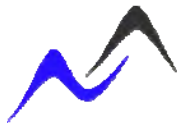
Panel II

Medienmärkte und Medienkonsum in Konkurrenz

Kontakt: Heiner Meulemann (Köln), meulemann@wiso.uni-koeln.de

Drei soziale Wandlungen steigern und differenzieren den Medienkonsum der Bevölkerung seit etwa 1980. Erstens wächst die Freizeit, so dass Spielräume für den Medienkonsum, aber auch für andere Freizeitbeschäftigungen wachsen. Zweitens treten neue Medien auf, in denen Inhalte nach persönlichem Bedarf nachgefragt und vermittelt werden können, so dass die gewohnheitsmäßige Rezeption des Programms der Massenmedien von maßgeschneiderter Nachfrage für Individualmedien überlagert wird. Drittens differenziert sich die Organisation der Massenmedien, so dass rein öffentlich-rechtliche durch „duale“ Systeme ersetzt werden, in denen man unter einer Vielzahl privater und öffentlich-rechtlicher Anbieter wählen kann. Alle drei Entwicklungen bringen eine wachsende Konkurrenz der Anbieter um die Gunst des Nutzers mit sich. Die Medien konkurrieren mit anderen Freizeitangeboten überhaupt; die herkömmlichen Massenmedien mit Plattformen des „customisierten“ Angebots an Information und Unterhaltung; der auf eine Grundversorgung oder ein kulturelles Mandat verpflichtete öffentlich-rechtlich Rundfunk mit den vor allem an Werbeeinnahmen durch Unterhaltung interessierten privaten Anbietern. Das Ergebnis der Konkurrenz hängt davon ab, wie die Rahmenbedingungen politisch gesetzt werden, wann und wie stark die Anbieter auftreten und wie die potenziellen Nutzer reagieren. Wie in jeden Wettlauf, stellt sich der Erfolg erst nach einer längeren Zeit ein.

Es geht um Fragen wie die folgenden: Steigert eine Differenzierung des Angebots die Nachfrage, weil jeder seine besonderen Bedürfnisse leichter und besser befriedigen kann? Kann ein „neues“ Medium oder eine „neue“ Freizeitaktivität „alte“ verdrängen? Können „alte“ Medien sich einen Bodensatz der Nutzung erhalten, während „neue“ über ein Plateau der maximalen Nachfrage nicht hinauskommen? Stellen „neue“ Medien an den Nutzer so hohe Ansprüche, dass sie sich nie voll durchsetzen werden und „digitale Spaltungen“ auf Dauer entstehen? Verlieren „alte“ Medien, weil sie junge und neue Nachfrager nicht gewinnen können?



NEUER STRUKTURWANDEL DER ÖFFENTLICHKEIT DREILÄNDERKONGRESS

der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, der Österreichischen Gesellschaft
für Soziologie und der Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie
Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, 29.09.-01.10.2011

In dem Panel sollen Analysen der Entwicklung der Konkurrenzbeziehungen in einem oder mehreren Nationalstaaten vorgetragen werden.

Panel III

Ideen als Treibmittel des Wandels von Märkten

Kontakt: Klaus Kraemer (Graz), klaus.kraemer@uni-graz.at

Die Verhältnisbestimmung von Ideen und Interessen ist eine klassische Problemstellung der Soziologie Max Webers, von der ausgehend die sozialen Voraussetzungen und Dynamiken moderner Wirtschaftsordnungen untersucht werden können. In der vorgeschlagenen Panelveranstaltung soll diese klassische Webersche Fragestellung aufgegriffen und auf sozioökonomische bzw. kulturelle Wandlungsprozesse des gegenwärtigen Kapitalismus bezogen werden. Von besonderem Interesse ist hierbei die Frage, welchen intendierten und nichtintendierten Einfluss öffentlich zirkulierende Ideen auf den ökonomischen Wandel haben. *Ers-tens* wäre genauer zu klären, inwiefern wirtschaftliches Handeln eine eigenständige wertrationale Dimension besitzt, wodurch sich diese von anderen gesellschaftlichen Wertsphären unterscheidet und inwiefern normative Wandlungsprozesse in den Ökonomien der Gegenwartsgesellschaften beobachtet werden können. Vor dem Hintergrund der jüngst wieder aufkommenden Kontroverse um den „Primat der Ökonomie“ (Beckert 2009) und dessen Grenzen in modernen Gesellschaften (Schwinn 2010) soll *zweitens* die Frage aufgegriffen werden, inwiefern normative Ordnungsvorstellungen des Ökonomischen gesellschaftlich diffundieren und in anderen, nicht-ökonomischen Handlungsfeldern oder Subsystemen soziale Geltung gewinnen. Und *drittens* soll der Einfluss nicht-ökonomischer Wertideen und Leitbilder auf Richtung und Dynamik des Wandels von Märkten diskutiert werden.

Abstract-Einreichung: Vortragsangebote von max. 1 Seite/2500 Zeichen bitte bis zum
25.04.2011 online unter www.soziologie2011.eu

Koordination (Stream): Klaus Kraemer

Jury: Klaus Kraemer (Graz); Andreas Langenohl (Gießen); Heiner Meulemann (Köln); Sighard Neckel (Wien); Steffen Roth (Yerevan); Dietmar J. Wetzel (Bern); Jürgen Wilke (Mainz)