



2013, XII, 234 S. 5 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 39,99 € (D) | 41,11 € (A) | CHF
44,50

eBook

[2] 26,96 € (D) | 26,96 € (A) | CHF
32,39

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Dietmar J. Wetzel

Soziologie des Wettbewerbs

Eine kultur- und wirtschaftssoziologische Analyse der Marktgesellschaft

Reihe: Wirtschaft + Gesellschaft

- **Wettbewerb in der Gesellschaft - Gesellschaft im Wettbewerb**
- **Ein soziologischer Blick auf eine konstituierende Größe der Gesellschaft**
- **Mit Analysen aus Bildung, Ökonomie, Sport und Liebe**

Das für Gesellschaften ebenso brisante wie zentrale Thema Wettbewerb wurde bislang der Ökonomie respektive der politisch-medialen Rhetorik überlassen. Soziologische Klassiker (Simmel, Weber, Bourdieu u. a.) bieten Anknüpfungspunkte für eine Wettbewerbssoziologie. Deren Intuitionen aufgreifend besteht die „Soziologie des Wettbewerbs“ aus einer sowohl sozialtheoretisch fundierten als auch empirisch orientierten Feldanalyse. Vier soziale Felder / Märkte und die dort vorfindlichen Praktiken werden analysiert: 1. Bildung (Exzellenzinitiative), 2. Finanzmärkte (Großbanken), 3. Sport (Doping) und 4. Liebe (Onlinedating). Daraus resultiert eine theoretisch und empirisch fundierte Wettbewerbskritik, die die aktuellen ideologischen Überfrachtungen dekonstruiert und kritisch auf die Auswirkungen bezüglich Subjektpositionen, Leistung und Erfolg sowie auf Mechanismen der Re- und Destabilisierung eingeht. Die Überlegungen münden in ein Nachdenken über die Bedingungen guter Lebensführung in Zeiten einer Wettbewerbsgesellschaft.

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

