



Disziplin Ideologie? Kann Wirtschaftswissenschaft als Mittel der Ideologiekritik genutzt werden? Prägt die Rede vom „Markt“ unser Denken, mit der Folge, dass wir Alternativen der Koordination kaum noch für denkbar halten? Erzeugen nicht die Wirtschaftswissenschaften ein negatives Menschenbild? Wie sieht es mit dem Ideologiegehalt von Lehrbüchern der Betriebswirtschaftslehre aus? Welche Gestalt nehmen Ideologien an, die den digitalen Kapitalismus rechtfertigen, indem sie uns glauben machen, Technologie-Unternehmer würden Probleme wie die Klimakrise lösen? Kann eine Pluralisierung der Wirtschaftswissenschaften dabei helfen, Ideologieprobleme zu lösen?

Inhalt

Wenzel Matiaske und Werner Nienhüser: Ideologie und Ökonomie – Einleitung

Michaela Haase: Idee, Wert und *Belief* in der Verbindung der sozialen und der ideenbasierten Dimensionen von Ideologien

Moritz Peter Haarmann: Ideologisierung oder Aufklärung? (Markt-)Wirtschaft, Volkswirtschaftslehre und das Politische

Arne Heise: Ideologie, Werturteilsfreiheit und der Pluralismus in den Wirtschaftswissenschaften

Hannah Heller und Valentin Sagvosdkin: Ideologie und Erzählung: Das marktfundamentale Metanarrativ in der Wirtschaftswissenschaft explizieren und seine Wirkung reflektieren

Sebastian Thieme: Ungleichwertigkeit und Ökonomik?

Oliver Nachtwey und Timo Seidl: Ideologie und der Geist des digitalen Kapitalismus

Thomas Hermann: Manichäismen im BWL-Klassiker Wöhe. Ideologiekritik und dialogische betriebswirtschaftliche Bildung

Werner Nienhüser und Wenzel Matiaske: Ideologiekritik aus der Perspektive des Kritischen Rationalismus – Elemente einer Heuristik

Wenzel Matiaske, Werner Nienhüser (Hg.)

Ökonomie und Ideologie

„Jahrbuch Ökonomie und Gesellschaft“ • Band 32

370 Seiten • 34,80 EUR • ISBN 978-3-7316-1443-2

Über die Theorien und Methoden, Wertungen und Gestaltungsmaßnahmen der Wirtschaftswissenschaften wird gestritten, auch über Disziplinergrenzen hinweg. Nicht selten wird dabei der Begriff der Ideologie in Anschlag gebracht. Die Beiträge des Bandes orientieren sich, durchaus mit Distanz, an der Definition von Ideologie als einem Aussagensystem, das ein (wenigstens zum Teil falsches) Bild der Realität erzeugt, welches Wahrheit suggeriert und durch Wertungen zu Handlungen motiviert, sich zugleich gegen Kritik immunisiert und den Interessen bestimmter gesellschaftlicher Gruppen dient. Der Band behandelt grundsätzlich und weitgreifend, aber auch in Form konzentrierter Fallanalysen Fragen wie: Produzieren die Wirtschaftswissenschaften bzw. bestimmte Richtungen innerhalb der

Bestellmöglichkeit im Internet unter <http://www.metropolis-verlag.de> oder schriftlich beim Verlag

Metropolis-Verlag

Am Graben 2 B

35096 Weimar bei Marburg

Telefon: +49-6421-67377

E-Mail: info@metropolis-verlag.de