

Jörn Lamla

Ökonomien des Sozialen im Web 2.0

Einführung in den Themenschwerpunkt

Die Beschäftigung mit dem Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft, ihren kulturellen, politischen, sozialen oder institutionellen Einbettungs- bzw. Einbettungsbeziehungen sowie den Konstitutionsbeziehungen zwischen dem Ökonomischen und dem Sozialen, inklusive der Frage ihrer (und sei es nur analytischen) Trennbarkeit, hat in der soziologischen Theorie eine lange Tradition. Bei den Klassikern der Soziologie stand sogar die Beschäftigung mit nicht-ökonomischen Themen, etwa der Religion, Moral oder dem modernen Lebensstil im Kontext der enormen ökonomischen Wandlungsdynamik, die in Prozessen betrieblicher Rationalisierung, der Arbeitsteilung und buchhalterischen Kalkulation dominante Triebkräfte fand. Schon sie haben dabei aber die Selbstgenügsamkeit ökonomischer Ordnungen bestritten und nach den nicht-ökonomischen, d.h. politischen, rechtlichen, sozialen oder kulturellen Bedingungen ökonomischen Handelns gefragt. Durkheim deckte die nicht-vertraglichen Grundlagen des Vertrags auf, Marx' „politische Ökonomie“ war Ausdruck von Herrschaftsverhältnissen und Klassenkämpfen, Max Weber identifizierte die Prädestinationslehre des Calvinismus als Schlüsselement des modernen okzidentalen Rationalismus und Kapitalismus, Schumpeter verwies auf die bürgerlichen Dispositionen der Unternehmerpersönlichkeit, um die Innovationsdynamik, die „schöpferische Zerstörung“ dieses Systems zu erklären und andere Klassiker wie Sombart, Veblen oder auch Simmel haben im Luxuskonsum und kulturellen Distinktionsstreben eine maßgebliche Triebkraft der Ökonomie erblickt.

An diese Betrachtungsweise des Ökonomischen knüpfen in den 1980er Jahren Vertreter der *neuen Wirtschaftssoziologie* wieder an, nachdem Wirtschaft und Gesellschaft – nicht zuletzt aufgrund des Einflusses von Talcott Parsons (vgl. Beckert/Ganßmann/Diaz-Bone 2007, S. 31) – zuvor auf Wirtschafts- und Sozialwissenschaften disziplinär aufgeteilt worden waren und Erstere auf der Grundlage ihrer Modellannahmen zur rationalen Wahl nach und nach auch für soziologische Interessensgebiete wie politische Wahlen, das Heiratsverhalten usw. Erklärungen anboten (vgl. Mikl-Horke 1999, S. 619–657). Heute nun fährt der Zug eher in die entgegengesetzte Richtung. Die Soziologie hat sich nicht nur ihr angestammtes Gebiet der sozialen Kontexte und Randbedingungen des Ökonomischen zurückerobert, sondern nimmt sich ihrerseits zentrale Bereiche der

Ökonomie vor, um sie als sozial konstruierte Institutionen, eingebettet in soziale Beziehungsnetzwerke und abhängig von kulturellen Alltagsinterpretationen zu untersuchen (vgl. Smelser/Swedberg 2005; Granovetter/Swedberg 2001; Dobbin 2004; Beckert/Zafirowski 2006; Maurer 2008; Lamla 2010). Dies gilt auch für die Kerninstitutionen kapitalistischer Ökonomien: das Geld und den Markt (vgl. etwa Beckert 1997; Callon 1998; Deutschmann 2001, 2002; Fligstein 2001; Ganßmann 1996; Paul 2004; Wimbauer 2003; Zelizer 1994, 2000). Das wiedererwachte Interesse an der soziologischen Perspektive auf die Wirtschaft schlägt sich nicht zuletzt auch in Methodenlehrbüchern der Marktforschung nieder, die das Handwerkszeug der qualitativen Sozialforschung für sich entdeckt hat (vgl. Buber/Holzmüller 2009).

Eine erste zentrale Forschungsfrage dieser neuen Wirtschaftssoziologie, die für diesen Themenschwerpunkt von Relevanz ist, betrifft die *Relationen sozialer Einbettung und Entbettung der modernen Wirtschaft*. So behaupten differenzierungstheoretische Ansätze, die von einer funktionsteiligen Gesellschaftsstruktur ausgehen, dass sich das moderne Wirtschaftssystem gegen andere Funktionsbereiche wie etwa Politik, Recht, Wissen, Religion oder Kunst ausdifferenziert und weitgehend verselbständigt hat (Luhmann 1988). Die Bezeichnung und Problematisierung dieser Prozesse als soziale *Entbettung* geht auf den Anthropologen Karl Polanyi zurück, der in seinem Buch „The Great Transformation“ (1978) zwischen drei wirtschaftlichen Grundformen – Reziprozität, Redistribution und Austausch – unterscheidet, die verschiedene institutionelle Muster der gesellschaftlichen Integration widerspiegeln: Während Reziprozität und Redistribution einen symmetrisch bzw. zentralistisch aufgebauten Solidaritätszusammenhang voraussetzten, sei der Marktaustausch auf flexible Preisbildung angewiesen und stehe zu den traditionellen Integrationsformen in Widerspruch. Mit seiner Durchsetzung komme es nicht nur zur institutionellen Trennung von Wirtschaft, Politik und Kultur, sondern auch zu Folgeproblemen für die moderne Gesellschaft, die auf soziale Einbettung so wenig verzichten wie sie zu vor-modernen Mechanismen und Formen der Integration zurückkehren könne. Abgemildert erscheint diese Diagnose, sobald die Wiedereinbettung der Ökonomie nicht als historisches Großproblem, sondern als Daueraufgabe betrachtet wird, die auch in der modernen Gesellschaft immer wieder aufs Neue gelöst werden muss (vgl. Giddens 1995). Die Initialzündung zur wirtschaftssoziologischen Erforschung solcher empirischen Einbettungsrelationen geht auf Mark Granoveters (2000) Untersuchungen zur Rolle *sozialer Netzwerke* in ökonomischen Beziehungen zurück.

In diesem Schwerpunkt wird die Frage auf das Internet bezogen, um zu untersuchen, ob und inwiefern sich darin bestehende sozialökonomische Relationen der Einbettung und Entbettung fortschreiben oder aber neue Formen herauskristallisieren, die für einen Umbruch, eine Diskontinuität in der modernen Gesellschaft und ihren sozialen, kulturellen und ökonomischen Praktiken stehen. Diese Fragen werden hier mit Blick auf die jüngste Entwicklungsphase des Internets verfolgt, die als Web 2.0 (O'Reilly 2005) bezeichnet wird und die insbesondere auf die aktive Einbeziehung der Nutzer bei der Bereitstellung von Inhalten im Internet – den so genannten „user-generated content“ – abstellt. Dabei bleiben die Aktivitäten oftmals nicht voneinander isoliert, sondern werden in einen sozialen Interaktions- oder Vergemeinschaftungszusammenhang eingebunden. Mechanismen sozialer Netzwerkbildung sind als zentrales Moment in die digitalen Plattformen des Web 2.0 eingelassen. Dass sie darin häu-

fig Funktionen der sozialen Einbettung von Märkten und ökonomischen Tauschpraktiken erfüllen, wird erst auf den zweiten Blick sichtbar. Doch sind die Quellen kultureller oder sozialer Wertschöpfung im Internet auch nicht beliebig verfügb- und einsetzbar, sondern setzen den ökonomischen Verwertungsin-teressen ihrerseits Grenzen. Dies wird sichtbar an den Auseinandersetzungen um Lizenzrecht, Copyright und Urheberrecht, d.h. an den Möglichkeiten der Umdefinition ökonomischer Regeln durch die sozialen Netzwerke, die sich als Communities verstehen und auf gemeinsame Ziele verpflichten können, wie das Beispiel Wikipedia zeigt, oder sich auch zu politischen Akteuren formieren können, wie insbesondere die Verbreitung von Piratenparteien zeigt (vgl. Bieber u.a. 2009; Benkler 2006).

Die Frage nach den Regeln des Ökonomischen, nach seiner sozialen Logik, führt zu einem zweiten Fragenkomplex, der ebenfalls in der Wirtschaftssoziologie gegenwärtig viel diskutiert wird. Ökonomien können nicht nur als mehr oder weniger gut sozial eingebettet verstanden werden, sondern auch als sozial konstituiert und konstruiert. Ökonomien sind dann selbst als soziale Praktiken zu verstehen oder als untrennbar mit Sozialformen durchsetzt und verwoben. Es sind vor allem zwei Theoriestränge, die eine solche Perspektivierung der „Ökonomien des Sozialen“ vorantreiben und elaborieren. Zum einen solche Ansätze, die der Mikrofundierung ökonomischer Praktiken und Strukturen – etwa im Arbeitsalltag von Bankangestellten – nachgehen (vgl. Abolafia 1996; Knorr-Cetina/Brügger 2002; Knorr-Cetina/Preda 2004) oder neben der Fachwissenschaft auch technische Artefakte als Agenten darauf hin untersuchen, wie sie ökonomische Berechenbarkeit erst performativ herzustellen erlauben (Callon 1998; Kalthoff 2005). In solchen Theorieansätzen steht die ökonomische Rationalität nicht am Anfang wirtschaftlichen Handelns, sondern am Ende. Sie muss erst ausgehandelt und mühsam durchgesetzt werden, wobei wirtschaftswissenschaftliche Akteure nicht nur als Beobachter, sondern auch als Gestalter in Erscheinung treten.

Zum anderen erfährt aber auch die Theorie des Gabentausches von Marcel Mauss (1968) derzeit hohe Aufmerksamkeit (vgl. Godelier 1999; Stegbauer 2002; Adloff/Mau 2005; Moebius/Papilloud 2006; Caillé 2008; Hénaff 2009). Bekanntlich hatte Mauss den *Gabentausch* als „totale soziale Tatsache“ und dessen Institutionalisierung im Potlatsch als „System totaler Leistungen“ betrachtet, das religiöse, rechtliche, moralische, wirtschaftliche und verwandtschaftliche bis hin zu ästhetisch-expressiven Institutionen auf einen Schlag zu produzieren und reproduzieren vermag. Daran anknüpfend drehen sich die Diskussionen u.a. um die Frage, ob es sich beim Gabentausch im Unterschied zum ökonomischen Tausch um gegensätzliche oder strukturell ähnliche Formen der Reziprozität handelt, inwiefern die Gabe also überhaupt ein ökonomisches Phänomen ist, ob es mit der Erzeugung von sozialen Bindungen und Anerkennungsbeziehungen nicht auf ganz anderes zielt oder aber dieses Andere wiederum einer ökonomischen Tiefenlogik des symbolischen Kapitaleinsatzes folgt. Schließlich geht es auch um die Frage, wie diese Tauschformen in konkreten Praktiken miteinander vermittelt werden und ob es dabei zu permanenten Auseinandersetzungen zwischen verschiedenen, antagonistischen Motiven, Pflichten und Interessen kommt.

Auch diese Fragen können und müssen auf das Web 2.0 bezogen werden, in dem sich laufend neue Tauschformen herauskristallisieren, angefangen von digitalen Tauschbörsen für Musik, Filme usw. bis hin zu Gabenökonomien des

Open Source-Bereichs oder sozialen Tauschnetzwerken für Bücher, Spiele oder sogar die eigene Couch, die Reisenden im Rahmen eines globalen Gastfreundschaftsnetzwerkes angeboten werden kann. Wie immer die Antworten bezogen auf diese Internetphänomene im Einzelnen aussehen mögen, wird doch deutlich, dass die ökonomischen ebenso wie die sozialen Praktiken, Regeln und Ordnungen nichts Feststehendes sind, sondern der permanenten Verschiebung und Umformung unterliegen, also einen dynamischen Wandel erfahren, von dem noch nicht klar abzusehen ist, wohin er führen wird und welche gesellschaftlichen Strukturbildungen die digitalen Praktiken und Netzwerke des Web 2.0 in diesem Zusammenhang hinterlassen werden.

Diese Überlegungen leiten schließlich zu einem dritten Fragenkomplex über, der ebenfalls über die Internetforschung hinaus für die sozialökonomische oder wirtschaftssoziologische Forschung zentral ist, nämlich die Beschäftigung mit der heutigen kapitalistischen Formation und ihrer expansiven, insbesondere auf die kulturellen und sozialen Ressourcen der Gesellschaft übergreifenden Dynamik der *Intrusion* oder *Landnahme* (vgl. Volkmann/Schimank 2006; Dörre/Lesenich/Rosa 2009). Die Ökonomisierung unterschiedlichster gesellschaftlicher Felder (Schimank/Volkmann 2008) oder des Sozialen allgemein (Bröckling/Krasemann/Lemke 2000) münde in eine Formation des „kulturellen Kapitalismus“ (vgl. Rifkin 2002; Neckel 2005) oder einem „neuen Geist des Kapitalismus“ (Boltanski/Chiapello 2003). Die Ökonomien des Sozialen erreichten darin eine höhere Integrationsstufe, insofern die widersprüchlichen Logiken und daraus resultierenden Kritikansätze (vorübergehend?) zum Schweigen gebracht würden. Auch diese Zeitdiagnosen argumentieren mit dem Begriff des Netzwerkes und sehen in der digitalen Technologie eine wesentliche Triebfeder des sozialökonomischen Wandels (vgl. Castells 2003). Doch bleibt diese Bezugnahme auf das Internet bisweilen eher metaphorisch, führt also nicht automatisch zur empirischen Untersuchung dieser Hybridisierungsprozesse anhand von Phänomenen und sozialökonomischen Welten des Web 2.0 selbst. Doch auch für die Überprüfung solcher zeitdiagnostischen Hypothesen ist das empirische Feld des Web 2.0 in hohem Maße interessant und geeignet (vgl. etwa Reichert 2008).

Zu den Beiträgen

So beschäftigt sich *Jörn Lamla* in seiner Untersuchung zum *kulturellen Kapitalismus im Web 2.0* mit der Frage, wie sich diese gesellschaftliche Formation im digitalen sozialen Raum genau niederschlägt, ob darin strukturelle Spannungen oder Konflikte zwischen kultureller und ökonomischer Logik bestehen bleiben, aufgehoben oder aber erneuert werden und welche Wandlungsdynamiken daraus jeweils resultieren. Um diese Frage überhaupt angemessen empirisch untersuchbar zu machen, entwickelt er auf der Grundlage der Theorie sozialer Welten und Arenen von Anselm Strauss zunächst einen geeigneten Analyserahmen, der den Blick auf die *Segmentations-, Intersektions- und Aushandlungsprozesse in den sozialen Welten des Internets* lenkt. An vier Untersuchungsfeldern – dem Social-Networking, neuen Formen der Prosumtion, der sozialen Produktion und den digitalen Tauschbörsen – wird gezeigt, dass sich der kulturelle Kapitalismus auf recht unterschiedliche Weise im Web 2.0 manifestieren

kann und dementsprechend auch die Wandlungsdynamik dieser gesellschaftlichen Formation keineswegs eindimensional zu begreifen ist. Dies macht *Lamla* mithilfe vier verschiedener gesellschaftstheoretischer Deutungsansätze deutlich, die als Homologie-, Fragmentierungs-, Kopplungs- und Aushandlungsthese bezeichnet werden. Ob der kulturelle Kapitalismus als relativ stabile gesellschaftliche Formation gelten kann oder nicht, ist mit Blick auf die Vorgänge im Web 2.0 keineswegs ausgemacht, wenngleich starke Tendenzen zu einer weitreichenden und durchdringenden Ökonomisierung des Kulturellen unverkennbar sind.

Diesen Tendenzen geht auch *Frank Kleemann* nach, indem er Strategien im Web 2.0 analysiert, die auf eine systematische *Einbindung von Konsumenten in betriebliche Wertschöpfungsprozesse* abzielen. Ausgangspunkt seiner Überlegungen ist die Analyseperspektive des „Arbeitenden Kunden“, mit der G. Günter Voß und Kerstin Rieder (2005) einen allgemeinen Trend zur Auslagerung von Wertschöpfungsbeiträgen auf die Verbraucher diagnostiziert haben, der sich in unterschiedlichsten Formen der Selbstbedienung vom Zusammenbau des Billy-Regals von IKEA bis zum Erwerb eines Tickets am Fahrkartenautomat manifestiert und der durch das Internet – man denke an Online-Banking oder die Buchung von Flugreisen am PC – noch einmal enorm verstärkt wird. Mit den spezifischen Anwendungen des „Web 2.0“ scheint dieser Entwicklung ein noch größeres Entfaltungspotential offen zu stehen, worauf der Begriff des „Crowdsourcing“ hinweist, der die Aktivierung einer Masse von Internetnutzern für die Verwirklichung von Betriebszielen bezeichnet und den *Kleemann* am Fallbeispiel des „Idea Storm“ des Computerherstellers Dell illustriert. Doch wie seine Analyse zeigt, lässt sich diese Ökonomie des Sozialen keineswegs ohne Weiteres der Kategorie des „Arbeitenden Kunden“ subsumieren. Denn eine ganze Reihe von konstitutiven Unterschieden dieser Web 2.0-Praxis zu den älteren Praxisformen der Selbstbedienung müssen in Rechnung gestellt werden. Sie betreffen die größere Offenheit und Freiwilligkeit der Beiträge der Internetnutzer, da sie häufig gar nicht als Kunden des Unternehmens, sondern als Dritte agieren, die sich nicht betrieblich einbinden oder gar vertraglich verpflichten lassen, sondern deren Motivierung andere, höhere Anforderungen an das Kommunikations- und Austauschverhältnis stellen, das nicht selten über Formen sozialer Anerkennung vermittelt ist. In qualitativen Betriebsfallstudien gelte es solchen Arrangements genauer auf den Grund zu gehen.

Abgerundet wird der Schwerpunkt durch eine Sammelrezension zum Thema „Ökonomien des Sozialen im Web 2.0“ von *Marcus Burkhardt*, *Carsten Ochs* und *Thies W. Böttcher*.

Literatur

- Abolafia, M. Y. (1996): *Making markets. Opportunism and restraint on Wall Street*. Cambridge.
- Adloff, F./Mau, S. (Hrsg.) (2005): *Vom Geben und Nehmen. Zur Soziologie der Reziprozität*. Frankfurt a.M./New York.
- Beckert, J. (1997): *Grenzen des Marktes. Die sozialen Grundlagen wirtschaftlicher Effizienz*. Frankfurt a.M.
- Beckert, J./Diaz-Bone, R./Ganßmann, H. (2007): *Einleitung. Neue Perspektiven für die Marktsoziologie*. In: Beckert, J./Diaz-Bone, R./Ganßmann, H. (Hrsg.): *Märkte als soziale Strukturen*. Frankfurt a.M./New York.

- Beckert, J./Zafirovski, M. (Hrsg.) (2006): *International encyclopedia of economic sociology*. London.
- Benkler, Y. (2006): *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven/London.
- Bieber, C./Eifert, M./Groß, Th./ Lamla, J. (Hrsg.) (2009): *Soziale Netze in der digitalen Welt. Das Internet zwischen egalitärer Teilhabe und ökonomischer Macht*. Frankfurt a.M./New York.
- Boltanski, L./Chiapello, È. (2003): *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz.
- Bröckling, U./Krasmann, S./Lemke, Th. (Hrsg.) (2000): *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt a.M.
- Buber, R./ Holzmüller, H. (Hrsg.) (2009): *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen. 2., überarbeitete Aufl.* Wiesbaden.
- Caillé, A. (2008): *Anthropologie der Gabe*. Frankfurt a.M./New York.
- Callon, M. (Hrsg.) (1998): *The Laws of the Markets*. London.
- Castells, M. (2003): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter. Bd. 1. Durchgesehener Nachdruck der 1. Aufl.* Opladen.
- Deutschmann, C. (2001): *Die Verheißung des absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus. 2., überarb. Aufl.* Frankfurt a.M./New York.
- Deutschmann, C. (Hrsg.) (2002): *Die gesellschaftliche Macht des Geldes. Leviathan-Sonderheft 21*. Wiesbaden.
- Dobbin, F. (2004): *The new economic sociology. A reader*. Princeton, NJ.
- Dörre, K./Lessenich, S./Rosa, H. (2009): *Soziologie – Kapitalismus – Kritik. Eine Debatte*. Frankfurt a.M.
- Fligstein, N. (2001): *The architecture of markets. An economic sociology of twenty-first century capitalist societies*. Princeton, NJ.
- Ganßmann, H. (1996): *Geld und Arbeit. Wirtschaftssoziologische Grundlagen einer Theorie der modernen Gesellschaft*. Frankfurt a.M.
- Giddens, A. (1995): *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt a.M.
- Godelier, M. (1999): *Das Rätsel der Gabe. Geld, Geschenke, heilige Objekte*. München.
- Granovetter, M. S. (2000): *Ökonomisches Handeln und soziale Struktur: Das Problem der Einbettung*. In: Müller, H.-P./Sigmund, S. (Hrsg.): *Zeitgenössische amerikanische Soziologie*. Opladen, S. 175–207.
- Granovetter, M. S./Swedberg, R. (Hrsg.) (2001): *The sociology of economic life. 2. ed.* Boulder.
- Hénaff, M. (2009): *Der Preis der Wahrheit. Gabe, Geld und Philosophie*. Frankfurt a.M.
- Kalthoff, H. (2005): *Practices of Calculation: Economic Representation and Risk Management*. In: *Theory, Culture & Society*, 22. Jg., H. 2, S. 69–97.
- Knorr-Cetina, K./Bruegger U. (2002): *Global microstructures: The virtual societies of financial markets*. In: *American Journal of Sociology*, 107. Jg., H. 4, S. 905–950.
- Knorr-Cetina, K./Preda, A. (Hrsg.) (2004): *The sociology of financial markets*. Oxford.
- Lamla, J. (2010): *Wirtschaftssoziologie*. In: Kneer, G./ Schroer, M. (Hrsg.): *Spezielle Soziologien. Ein Handbuch*. Wiesbaden, S. 663–684.
- Luhmann, N. (1988): *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.
- Maurer, A. (Hrsg.) (2008): *Handbuch der Wirtschaftssoziologie*. Wiesbaden.
- Mauss, M. (1968): *Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften*, Frankfurt a.M.
- Mikl-Horke, G. (1999): *Historische Soziologie der Wirtschaft. Wirtschaft und Wirtschaftsdenken in Geschichte und Gegenwart*. München.
- Moebius, S./Papilloud, C. (2006): *Gift – Marcel Mauss' Kulturtheorie der Gabe*. Wiesbaden.
- Neckel, S. (2005): *Die Marktgesellschaft als kultureller Kapitalismus. Zum neuen Synkretismus von Ökonomie und Lebensform*. In: Imhof, K./Eberle, T. S. (Hrsg.): *Triumph und Elend des Neoliberalismus*. Zürich, S. 198–211.
- O'Reilly, T. (2005): *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228> [01.09.2007].

-
- Paul, A. T. (2004): Die Gesellschaft des Geldes. Entwurf einer monetären Theorie der Moderne. Wiesbaden.
- Polanyi, K. (1978): The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen. Frankfurt a.M.
- Reichert, R. (2008), Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld.
- Rifkin, J. (2002): Access. Das Verschwinden des Eigentums. Frankfurt a.M.
- Smelser, N. J./Swedberg, R. (Hrsg.) (2005): The handbook of economic sociology. 2. ed. Princeton.
- Volkman, U./Schimank, U. (2006): Kapitalistische Gesellschaft: Denkfiguren bei Pierre Bourdieu. In: Florian, M./Hillebrandt, F. (Hrsg.): Pierre Bourdieu. Neue Perspektiven für die Soziologie der Wirtschaft. Wiesbaden, S. 221–242.
- Voß, G. G./Rieder, K. (2005): Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden. Frankfurt a.M./New York.
- Wimbauer, C. (2003): Geld und Liebe. Zur symbolischen Bedeutung von Geld in Paarbeziehungen. Frankfurt a.M./New York.
- Zelizer, V. A. (1994): The social meaning of money. Princeton, NJ.
- Zelizer, V. A. (2000): Die Farben des Geldes. Vielfalt der Märkte, Vielfalt der Kulturen. In: Berliner Journal für Soziologie, 10. Jg., H. 3, S. 315–332.

