

Prefață	11
Cuvânt înainte	15
Capitolul I	
Conștiință, limbaj și comportament – o abordare filosofic	21
1.1. Despre conștiință	21
1.1.1. Ce este conștiința	23
1.1.2. Conștient/inconștient.....	25
1.1.3. Conștient – inconștient colectiv	27
1.2. Conștiință și cunoaștere.....	28
1.2.1. Abordarea filosofică a conștiinței	28
1.2.2. Conștiință-limbaj-cunoaștere	33
1.2.3. Câteva aspecte teoretice legate de relația limbaj-gândire	37
1.2.3.1. Competența lingvistică	39
1.2.3.2. Creativitatea și evoluția limbajului	40
1.2.3.3. Limbajul digital și limbajul analogic	42
1.2.3.4. Fapte sociale dependente de limbaj	42
1.3. Relația cu dublu sens dintre limbaj, conștiință și comportament	44
1.3.1. Puterea limbajului în viața socială	48
1.3.2. Puterea discursului economic.....	51
Capitolul II	
Elemente de teorie a limbajului	55
2.1. Aspecte teoretice privind limba și limbajul.....	56
2.1.1. Semn, semnificație, limbă, limbaj – delimitări conceptuale	56
2.1.2. Funcțiile limbajului	60
2.1.3. Comunicare și limbaj	62
2.2. Principalele teorii ale limbajului și comunicării.....	74
2.2.1. Teoriile structurale asupra limbajului și comunicării	74
2.2.1.1. Lingvistica structurală	74
2.2.1.2. Revizuirii și prelungiri	80
2.2.1.3. Teoriile mecaniciste ale comunicării	83

2.2.1.3.1. Comunicarea interpersonală.....	84
2.2.1.3.2. Comunicarea de masă	85
2.2.2. Teoriile expresive asupra limbajului și comunicării	87
2.2.2.1. Lingvistica pragmatică.....	87
2.2.2.2. Teoria sistemului general.....	94
2.2.2.3. Școala de la Palo Alto.....	96
2.2.2.4. Comunicarea expresivă.....	100
2.2.3. Științele comunicării, încotro?	105
Capitolul III	
Discursul economic	107
3.1. Limbaj, limbă și discurs economic – delimitări conceptuale	109
3.1.1. Limba comună și limba specializată	111
3.1.2. Vocabular și terminologie economică.....	117
3.1.3. Nivelurile comunicării și discursului economic.....	119
3.2. Discursul economic și teoria valorii. Dificultățile discursului economic	122
3.2.1. Dificultățile teoriei valorii muncă.....	124
3.2.1.1. Adam Smith – filosoful sentimentelor morale.....	124
3.2.1.2. David Ricardo – himera unei măsuri invariabile a valorii.....	126
3.2.1.3. Karl Marx și prețul de producție.....	131
3.2.1.4. Piero Sraffa – producerea de mărfuri prin mărfuri	133
3.2.2. Teoria subiectivă a valorii.....	136
3.2.3. Sinteza teoriei valorii și critica lui Piero Sraffa	142
Capitolul IV	
Comportamentul economic – obiect de studiu al economiei	147
4.1. Comportamentul economic	150
4.1.1. Definirea comportamentului	151
4.1.2. Principalele modele de analiză a comportamentului economic	154
4.1.3. Tipuri de comportament.....	159
4.1.4. Componentele comportamentului economic	160
4.2. Ipoteza raționalității comportamentului economic.....	166
4.2.1. Modelul lui <i>Homo oeconomicus rationalis</i> și limitele sale.....	168
4.2.2. Necesitatea redefinirii conceptului de raționalitate.....	176
4.3. Utilitarismul în teoria economică	185

4.4. Anticipațiile raționale și macroeconomia	191
4.4.1. Școala anticipațiilor adaptative	192
4.4.2. Școala anticipațiilor raționale.....	194
4.4.3. Revizuirii și prelungiri	197
4.5. Răbdarea – dimensiune a raționalității economice	199
4.5.1. Accepțiunea „clasică“ a alegerii între prezent și viitor	201
4.5.2. Extinderea analizei spre alți factori.....	208
Capitolul V	
Despre umanismul economiei	211
5.1. Limbajul matematic – limbajul raționalității integrale	211
5.2. Eșecul determinismului	221
5.3. Beneficiile deschiderii metodologice	224
5.3.1. Retorica economică.....	226
5.3.2. Pluralismul metodologic	229
5.3.3. Holism/individualism în explicarea comportamentului economic	232
5.4. În loc de încheiere sau despre sufletul economiei	235
Bibliografie	237