

SARAH TORRES CAJO

Positionierungs- praktiken in Alltagsgesprächen

Die Entwicklung
eines interaktionalen
Positionierungsansatzes

ORALINGUA^{2I}

»Jetzt kommt
der Fachmann«
»Ich bin
n Kind
der Achtziger«

»Ich kann
auch kaltherzig
sein«

»Wisst ihr wie
das funktioniert?
Ich erkläre
es euch ...«

IDS

LEIBNIZ-INSTITUT FÜR
DEUTSCHE SPRACHE

Universitätsverlag
WINTER
Heidelberg



ORALINGUA

Herausgegeben
im Auftrag des Leibniz-Instituts für Deutsche Sprache (IDS)
Mannheim

von
Arnulf Deppermann
und
Monika Dannerer

Band 21

REDAKTION

Melanie Kraus



SARAH TORRES CAJO

Positionierungs- praktiken in Alltagsgesprächen

Die Entwicklung
eines interaktionalen
Positionierungsansatzes

Universitätsverlag
WINTER
Heidelberg

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Mannheim; Univ., Diss., 2021

Wir folgen den Regelungen des Rats für deutsche Rechtschreibung.
Etwaige Abweichungen davon – insbesondere hinsichtlich der geschlechtsspezifischen
Kennzeichnung von Personen – erfolgen auf ausdrücklichen Wunsch des Autors
bzw. der Autorin.

ISBN 978-3-8253-4904-2

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes
ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere
für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 2022 Universitätsverlag Winter GmbH Heidelberg

Imprimé en Allemagne · Printed in Germany

Layout: Annett Patzschewitz

Druck: Memminger MedienCentrum, 87700 Memmingen

Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem
und alterungsbeständigem Papier.

Den Verlag erreichen Sie im Internet unter:
www.winter-verlag.de

Dieses Ding ist nur für mich!

Danksagung

Dieses Buch ist die überarbeitete Fassung meiner Dissertation, die ich im Dezember 2020 an der Philosophischen Fakultät der Universität Mannheim eingereicht und im Mai 2021 verteidigt habe.

Mein erster und herzlicher Dank gilt Arnulf Deppermann für seine herausragende Betreuung sowohl inhaltlich als auch in schwierigen Phasen während meiner Zeit als seine Doktorandin. Ohne seine konstante Unterstützung und seinen Einsatz wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen. Danke auch an Konstanze Marx für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Ich danke Stefan Engelberg und Annette Klosa-Kückelhaus für die weitreichende Unterstützung, meine Dissertation im Rahmen der Projektarbeit erfolgreich beenden zu können.

Ganz besonders danken möchte ich meiner Kollegin und guten Freundin Katja Arens für so vieles, was ich hier unmöglich aufzählen kann, aber trotzdem versuchen möchte: Für deine unermüdliche fachliche, moralische und persönliche Unterstützung, für deine Expertise und deinen Input, für dein Ohr und deine Schulter und für deine Freundschaft.

Ich danke meinen Kolleginnen und Kollegen Henrike Helmer, Silke Reineke, Julia Kaiser, Isabell Neise, Nadine Proske, Axel Schmidt und Jörg Zinken für zahlreiche Datensitzungen und ihre Unterstützung in fachlichen Fragen. Mein Dank geht zudem an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fachkolloquien am Leibniz-Institut für Deutsche Sprache, die mit kritischen Diskussionen zum Fortschreiten dieser Arbeit beigetragen haben.

Für das rege Korrekturlesen, Kommentieren und Motivieren danke ich Stephan Keeve, Lucas Prieske, Marco Gierke, Laurenz Kornfeld, Jowita Rogowska und Christina Mack.

Ganz persönlich und von ganzem Herzen bedanke ich mich bei meiner Familie und meinen Freunden und Freundinnen für ihre unermüdliche und liebevolle Unterstützung während der Promotionsphase; ganz besonders danke ich meiner Schwester Sabrina Sblowski, die mich auch in den schwierigsten Zeiten motiviert und beflügelt hat und der ich unglaublich viel zu verdanken habe. Außerdem gilt mein Dank Mona Nolte für ihre jahrelange tiefe Freundschaft. Danke an Albano, Tobi und Sebi für alles. Mein letzter Dank gilt Amy für Inspiration, Loyalität und Freundschaft.

Inhalt

1	Einleitung	1
1.1	Positionierung in der Forschung	2
1.2	Fragestellung, Methoden und Ziele	3
1.3	Aufbau der Arbeit	4
2	Theoretische Rahmung – Identität und Positionierung in der Forschung	7
2.1	Zur interaktiven Konstitution von Identität	7
2.2	Selbstdarstellung in der Forschung	14
2.3	Positionierung – ein forschungshistorischer Überblick	17
2.4	Zum Zusammenhang von <i>membership categorization analysis</i> und Positionierung	28
2.5	Positionierung und <i>stancetaking</i> – eine theoretische Abgrenzung	32
2.6	Entwicklung des Positionierungsbegriffs für diese Arbeit	37
2.7	Die Untersuchung von Positionierungspraktiken in Alltagsgesprächen	40
3	Methodische Rahmung	41
3.1	Konversationsanalyse	41
3.2	Interaktionale Linguistik	44
3.3	Die interaktionslinguistische Analyse von Positionierungen – methodische Implikationen für diese Arbeit	45
4	Datengrundlage und Datenaufbereitung	49
4.1	Korpuszusammenstellung	50
4.1.1	Positionierungsrelevante Interaktionskontexte	50
4.1.2	Definierte Teilnehmerkonstellationen	52
4.2	Kollektionsbildung	54
4.3	Datenaufbereitung	55
5	Positionierungsaktivitäten in der Interaktion – empirische Analyse und systematische Beschreibung	57
5.1	Leitfallanalyse	57
5.1.1	Erzählen als Positionierungspraktik	60
5.1.2	<i>Second stories</i> als Aushandlungspraktik und die Tendenz zur positiven (Selbst-)Darstellung	60
5.1.3	Individualisierung von Fremdpositionierungen	63
5.1.4	Zuschreiben als Positionierungspraktik	64
5.1.5	Kategorisierung als Positionierungspraktik	65
5.1.6	Die Notwendigkeit von kulturellem Hintergrundwissen	66

5.1.7	Zur (Nicht-)Implikativität von Selbst- und Fremdpositionierungen	68
5.1.8	Zusammenfassung der Leitfallanalyse	68
5.2	Positionierungspraktiken in Alltagsgesprächen	69
5.2.1	Kategorisierungspraktiken	70
5.2.2	Zuschreibungspraktiken	108
5.2.3	Bewertungspraktiken	142
5.2.4	Erzählungen als Positionierungspraktik	158
5.2.5	Performative Positionierungspraktiken	194
6	Die Interaktivität von Positionierungen	215
6.1	Zur interaktiven Behandlung von Positionierungen	215
6.2	Zur (Nicht-)Implikativität von Selbst- und Fremdpositionierungen	225
6.2.1	Selbstpositionierungen, die Fremdpositionierungen implizieren	227
6.2.2	Fremdpositionierungen, die Selbstpositionierungen implizieren	229
6.2.3	Selbstpositionierung ohne Fremdpositionierung	231
6.2.4	Fremdpositionierung ohne Selbstpositionierung	236
6.2.5	Zusammenfassung: Gründe für die (Nicht-)Implikativität von Selbst- und Fremdpositionierungen	238
7	Theoretische Schlussbetrachtung	241
7.1	Ergebniszusammenfassung	241
7.1.1	Die systematische Beschreibung kommunikativer Positionierungspraktiken als Fundament eines interaktionalen Positionierungsansatzes	241
7.1.2	Sequenzstrukturen als interaktive Merkmale	243
7.1.3	Zum Zusammenhang von Selbst- und Fremdpositionierungen	243
7.2	Zur Handlungsorganisation von Positionierungen	245
7.3	Methodisch-theoretische Reflexion	246
7.4	Ausblick	251
Literatur		255
Anhang: Transkriptionskonventionen		275

1 Einleitung

Positionierung bedeutet die diskursive Her- und Darstellung von Identität. Identität wiederum ist ein inhärent soziales Phänomen. Anders als noch im frühen 20. Jahrhundert (etwa bei Mead 1934) geht man heute nicht mehr davon aus, dass Identitäten übergreifende, abstrakte Konstrukte sind, die a priori in jeder sozialen Situation als gegeben angesehen werden können. Stattdessen herrscht ein breiter Konsens darüber, dass Identitäten sich situational und relational konstituieren. Das primäre Medium einer solchen Identitätsbildung ist Sprache. Wir nutzen Sprache nicht nur zur Vermittlung von Inhalten und Sachverhalten, sondern sie bietet uns die Möglichkeit des sozialen Austauschs, der Gestaltung unserer sozialen Beziehungen und im Zuge dessen auch der Verständigung darüber, wer wir sind, wie wir gesehen werden wollen und wie wir andere wahrnehmen. Im Mittelpunkt des sozialen Miteinanders steht Kommunikation, also der sprachliche Austausch miteinander, die soziale Interaktion im Alltag zwischen Individuen. Identitäten werden im sozialen Miteinander konstituiert, sie werden lokal und situativ immer wieder neu verhandelt, adaptiert und bearbeitet.

Die Wissenschaft beschäftigt sich schon seit langer Zeit und in verschiedenen Disziplinen mit Identität und spezifisch mit ihrer sozialen Konstitution. So sieht etwa Goffman (1959a) Identität in Abhängigkeit zur sozialen Konstruktion von Wirklichkeit, wenn er Individuen die ‚Performance‘ ihrer Identitäten im sozialen Miteinander attestiert. Während sich Goffman an einem Identitätsbegriff orientiert, der eng mit rollen gebundenen und oftmals institutionell geprägten Eigenschaften verbunden ist, hat sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ein Ansatz herausgebildet, der sich spezifisch mit Identitätsbildung in diskursiven Kontexten beschäftigt und Identität als dynamisches, weniger präformiertes Konstrukt ansieht: die Positionierungsforschung. Als ursprünglich sozialpsychologischer Ansatz geht die Positionierungstheorie davon aus, dass SprecherInnen¹ ihre Identität im Gespräch formen und dynamisch anpassen können. Im Rahmen eines sozialkonstruktivistischen Ansatzes fragt die Positionierungsforschung danach, wie Identität diskursiv lokal hergestellt und ausgehandelt wird (vgl. Davies/Harré 1990). Das Konzept wurde in der Sprachwissenschaft vor allem im Rahmen einer konversationsanalytischen Erzählforschung angewandt, wobei oftmals (auto-)biografische Erzählungen im Fokus der Analysen standen (vgl. etwa Lucius-Hoene/Deppermann 2004). Zentral wird hierbei die Frage untersucht, welche Identitätsfacetten von den ErzählerInnen eingenommen und zugewiesen werden. Mit einem

¹ Für die gleichwertige Abbildung aller Geschlechter wird in dieser Arbeit eine gendergerechte Schreibweise verfolgt, die sich an den folgenden Kriterien orientiert: An den Stellen, an denen sie durch Konventionalisierung möglich ist, wird eine genderneutrale Formulierung verwendet (z. B. Interagierende). Bei Formulierungen im Plural wird auf das Binnen-I zurückgegriffen (z. B. SprecherInnen). Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Singular das generische Maskulinum genutzt, wobei alle Geschlechteridentitäten ausdrücklich mitgemeint sind. In den Datenanalysen orientiert sich die Schreibweise am Geschlecht des jeweiligen Sprechers, wie es in den Metadaten zu den Gesprächsausschnitten festgehalten ist.

narratologischen Schwerpunkt werden dabei besonders die Ebenen der Erzählwelt und der erzählten Welt in den Blick genommen, wobei stets die Positionierungsaktivitäten des Erzählers auf beiden Ebenen im Fokus stehen, etwa mit Blick auf die Art und Weise des Erzählens oder auf die Figurendarstellung.

Die vorliegende Studie wendet sich einem bisher eher marginal behandelten Bereich der Positionierungsforschung zu, indem sie sich spezifisch mit interaktiven Positionierungsaktivitäten in gesprochener Alltagsinteraktion beschäftigt. Sie ist im Bereich der Interaktionalen Linguistik zu verorten und betrachtet Positionierungen in ihrer natürlichen Umgebung der sozialen Interaktion. Die Untersuchung ist empirisch ausgerichtet, mit einem qualitativen Schwerpunkt auf der Realisierung und sequenziellen Behandlung von Positionierungen im sozialen Kontext.

1.1 Positionierung in der Forschung

Die Positionierungstheorie (*positioning theory*) ist ein ursprünglich sozialwissenschaftliches Konzept zur Untersuchung und Beschreibung von Identitätsarbeit in der Interaktion. Sie geht auf die Foucault'sche Vorstellung von Subjektpositionen zurück (Foucault 1973) und wurde von Hollway (1984) auf genderspezifische Diskurse angewandt, die jeweils spezifische Positionen für Männer und Frauen eröffnen. Von einer dezidierten Positionierungstheorie wird erstmals im sozialpsychologischen Zusammenhang von Davies/Harré (1990) gesprochen (vgl. auch Harré/Van Langenhove 1991, (Hg.) 1999a; Davies/Harré 1999), die das Konzept als Alternative für das bis dato primär genutzte Rollenkonzept vorschlagen. Sie definieren Positionierung als konversationsspezifisches diskursives Phänomen, bei dem SprecherInnen ihr Selbst beobachtbar und subjektiv kohärent konstruieren (Davies/Harré 1990, S. 48). In ihrem gesprächsanalytisch ausgelegten Ansatz formulieren Lucius-Hoene/Deppermann (2004) die zentrale Frage der Positionierungsforschung: „Was bin ich für ein Mensch, als was für ein Mensch möchte ich von meinem Interaktionspartner betrachtet und behandelt werden?“

In der Linguistik findet das Konzept vornehmlich Anwendung im Rahmen der Narrationsforschung, wobei sowohl ‚große Erzählungen‘ (*big packages*) wie (auto-)biografische Narrationen (Wortham 2000; Lucius-Hoene/Deppermann 2002, 2004) als auch konversationelle Erzählungen (sogenannte *small stories*, vgl. Bamberg 2005b; Bamberg/Georgakopoulou 2008; Georgakopoulou 2013) in den Blick genommen werden. In den letzten Jahren gibt es zudem vermehrt Arbeiten, die sich Alltagsgesprächen zuwenden und sich auf mikrostruktureller Ebene mit Positionierungen beschäftigen. So betrachten etwa die Beiträge im Band von Günthner/Bücker (Hg.) (2009b) Positionierung aus einer grammatikorientierten Perspektive und nehmen einzelne grammatische Konstruktionen in den Blick (z. B. Modalpartikeln, Diskursmarker oder teilspezifische Konstruktionen), während die Beiträge in Beeching/Ghezzi/Molinelli (Hg.) (2018) verschiedenste linguistische Ressourcen zur Selbst- und Fremdpositionierung beschreiben (etwa Code-Switching, lexikalische Mittel wie *attention-getter* oder auch orthografische Variationen in der Textkommunikation).

Während in diesem Rahmen bereits viele zentrale Aspekte der interaktiven Identitätskonstitution beantwortet werden konnten – etwa bezüglich unterschiedlicher Verfahren der Konstitution von narrativer Identität oder hinsichtlich der Relationen zwi-

schen verschiedenen Ebenen des Erzählens und den mit ihnen zusammenhängenden Identitätsfacetten (vgl. Bamberg 2004a; Lucius-Hoene/Deppermann 2004) – so gibt es einige offene Fragen insbesondere in Bezug auf die Formseite von Positionierungen. Es gibt bisher nur wenige Arbeiten, die konkrete interaktionale Positionierungsressourcen in den Blick nehmen und die nicht nur danach fragen, *welche* Identitätsfacetten mit Positionierung eingenommen werden, sondern *wie* diese Einnahme interaktiv vollzogen wird. Die systematische Betrachtung interaktiver Positionierungspraktiken in *talk-in-interaction* stellt ein Desiderat in der Positionierungsforschung dar, welches im Zuge dieser Arbeit bearbeitet werden soll.

1.2 Fragestellung, Methoden und Ziele

Die vorliegende Studie knüpft an die bisherige Positionierungsforschung an und betrachtet Positionierungen als zentrale Interaktionsaufgabe, die durch spezifische Ressourcen von den Interagierenden gelöst werden muss. Positionierung ist ein sozialer Prozess, der als solcher durch die gemeinsame Bearbeitung der Interagierenden konstituiert wird.

Die Arbeit geht von zwei zentralen Fragestellungen aus:

- 1) Welche spezifischen interaktiven Positionierungsformate lassen sich ausmachen?
- 2) Welche übergreifenden sequenziellen Musterhaftigkeiten liegen bei der Elizitierung, Realisierung und Bearbeitung von Positionierungen zugrunde?

Ein spezifisches Anliegen dieser Arbeit besteht zudem darin, den in der Literatur stets behaupteten reziproken Zusammenhang zwischen Selbst- und Fremdpositionierung kritisch zu reflektieren. Es ist eine zentrale Annahme in der Positionierungsforschung, dass Selbst- und Fremdpositionierungen so eng miteinander verwoben sind, dass sie nicht unabhängig voneinander realisiert werden können – mit der Selbstpositionierung geht eine Fremdpositionierung einher und vice versa. In den Analysen dieser Untersuchung wird die Frage nach dieser Reziprozität aufgegriffen und hinterfragt, um auf dieser Grundlage den Zusammenhang zwischen Selbst- und Fremdpositionierungen in einem kondensierenden Kapitel zu diskutieren (Kap. 6.2).

Diese Fragestellungen werden empirisch im Rahmen der Interaktionalen Linguistik (Selting/Couper-Kuhlen 2000; Couper-Kuhlen/Selting 2018) beantwortet. Die Arbeit orientiert sich an den interaktionslinguistischen Grundannahmen und ihren konversationsanalytisch geprägten Methoden. Mit dieser gegenstandsangemessenen Methodik werden interaktive Prozesse aus der Sicht der Interagierenden rekonstruiert, es handelt sich um ein „datengetriebenes bottom-up-Verfahren“ (Deppermann 2007a, S. 25). Im Sinne der interaktionslinguistischen Ausrichtung ist die Arbeit mit ausgedachten Beispielen unzulässig. Stattdessen werden der Analyse authentische Gesprächsdaten zugrunde gelegt. Als Datengrundlage dient das Forschungs- und Lehrkorpus Gesprochenes Deutsch (FOLK, <http://agd.ids-mannheim.de/folk.shtml>, Stand: 22.7.2021), das innerhalb der Datenbank Gesprochenes Deutsch (DGD, https://dgd.ids-mannheim.de/dgd/pragdb.dgd_extern.welcome, Stand: 22.7.2021) des Leibniz-Instituts für Deutsche Sprache zur Verfügung steht (Schmidt 2014; Schmidt/Gasch/Kaiser 2019). Es handelt sich um ein vollständig annotiertes Gesprächskorpus, das die Betrachtung diverser In-

teraktionstypen aus privaten, institutionellen und öffentlichen Kontexten ermöglicht. Diese Vielzahl an unterschiedlichen Gesprächstypen macht die angestrebte Ausweitung der Analysen auf nicht-narrative Sequenztypen möglich (vgl. Kap. 4).

Den Kern der Untersuchung bilden detaillierte Einzelfallanalysen der herausgearbeiteten Praktiken. Im Rahmen eines sequenzanalytischen Vorgehens werden die Daten in ihrer sequenziellen Umgebung betrachtet und unter Berücksichtigung der vorhergegangenen und folgenden Äußerungen analysiert. Dabei spielt die Sicht der Teilnehmenden selbst eine entscheidende Rolle für die Interpretation einer Äußerung als Positionierung. Die Konversationsanalyse geht davon aus, dass sich die Interagierenden den Sinn ihrer Äußerungen gegenseitig aufzeigen und entsprechend ist es eines der Grundprinzipien, dies in den Analysen zu zeigen. Damit gehen einige methodische Herausforderungen einher: Identitätsdisplays allgemein und Positionierungen im Speziellen sind oftmals hochindexikalische Sprechhandlungen. Interagierende konstruieren ihr Selbstbild oftmals auf sehr implizite Weise, was die Analyse unter konversationsanalytischen Prämissen erschwert. Im Rahmen dieser Arbeit ist es daher ein zentrales Anliegen, neben der systematischen Beschreibung von Positionierungspraktiken, auch ein methodisch sauberes Vorgehen zu etablieren, um diese zum Teil stark impliziten und indexikalischen Handlungen adäquat analysieren zu können (vgl. ausführlich Kap. 3.3 sowie zur abschließenden Diskussion Kap. 7.3).

Die übergeordneten Ziele dieser Untersuchung sind

- 1) die systematische Beschreibung interaktiver Formate, mit denen Positionierungen interaktiv durchgeführt und ausgehandelt werden, sowie
- 2) die Weiterentwicklung des Positionierungskonzepts von einem diskursanalytisch bzw. narratologisch ausgerichteten Ansatz hin zu einem interaktionalen Ansatz.

1.3 Aufbau der Arbeit

Im Anschluss an diese Einleitung wird eine theoretische Aufarbeitung von Positionierung in der Forschung geliefert (Kap. 2). Zunächst wird hierzu ein Überblick über den Forschungsstand zum Identitätsbegriff gegeben unter spezieller Berücksichtigung der interaktiven Konstitution von Identität (Kap. 2.1). Darauf aufbauend wird das Konzept der Selbstdarstellung vorgestellt (Kap. 2.2). Anschließend wird ein ausführlicher forschungshistorischer Überblick über das Positionierungskonzept geliefert, in dem seine Herkunft, jahrzehntelange Weiterentwicklung und rezenten Tendenzen aufgearbeitet werden (Kap. 2.3). Ein für die Analyse von Identitäten im Gespräch wesentliches Konzept ist die konversationsanalytische *membership categorization analysis* (MCA). Im Rahmen der theoretischen Grundlagenbildung dieser Arbeit ist es relevant, diese Forschungsrichtung aufzuarbeiten und unter Berücksichtigung aktueller Forschungsarbeiten und im Vergleich mit der Positionierungstheorie zu reflektieren und einzuordnen (Kap. 2.4). Des Weiteren spielt das *stance*-Konzept, das häufig in einem Zuge mit Positionierung genannt wird, eine wichtige Rolle. Beide Termini werden oftmals (quasi-)synonym verwendet, obwohl sie sich in einigen grundlegenden Punkten voneinander unterscheiden. In Kapitel 2.5 wird daher eine Abgrenzung des Positionierungsansatzes vom *stancetaking*-Konzept vorgenommen. Unter der Berücksichtigung dieser theoretischen Grundlagen wird abschließend der Positionierungsbegriff für die vorliegende Arbeit

und damit für den interaktionalen Positionierungsansatz ausgearbeitet (Kap. 2.6). Kapitel 2.7 widmet sich dem in dieser Arbeit verfolgten Praktikenbegriff.

Auf diese theoretische Aufarbeitung des Positionierungskonzepts folgt die methodische Rahmung der Arbeit (Kap. 3). Hierzu werden zunächst die methodischen Grundannahmen der Konversationsanalyse (*conversation analysis*, CA) (Kap. 3.1) sowie der Interaktionalen Linguistik (Kap. 3.2) dargelegt. Daran schließen sich methodologische Überlegungen bezüglich der Implikationen für diese Arbeit an (Kap. 3.3).

Kapitel 4 dient der Darstellung der Datengrundlage sowie der Datenaufbereitung. Zunächst wird das zugrundeliegende Forschungs- und Lehrkorpus Gesprochenes Deutsch (FOLK) abgebildet, um darauf aufbauend die spezifische Datenauswahl für diese Arbeit darzulegen (Kap. 4.1). Darauf aufbauend wird das Vorgehen bei der Erstellung der Kollektion dargelegt (Kap. 4.2), um schließlich auf die Datenaufbereitung einzugehen (Kap. 4.3).

Kapitel 5 bildet den Hauptteil der empirischen Analyse, in dem die systematische Beschreibung interaktiver Positionierungspraktiken erfolgt. Zu Beginn wird eine Leitfallanalyse geliefert, die den Anspruch hat, im Rahmen einer detaillierten Einzelfallanalyse zu illustrieren, wie eine interaktional ausgerichtete Positionierungsanalyse im Sinne dieser Arbeit aussehen kann (Kap. 5.1). Im Zuge dessen werden zudem erste Erkenntnisse über grundlegende Eigenschaften von Positionierungen sowie erste Hypothesen zu möglichen Positionierungspraktiken und sequenziellen Musterhaftigkeiten geliefert (Kap. 5.1.1–5.1.7). In einer Zusammenfassung werden die wichtigsten Erkenntnisse aus der Leitfallanalyse sowie relevante Punkte und Fragestellungen für die folgenden Analysen zusammengefasst (Kap. 5.1.8). Kapitel 5.2 konstituiert sich aus der systematischen Analyse der fünf häufigsten und stabilsten Positionierungspraktiken, wobei mit den expliziten Praktiken begonnen und sukzessive auf die eher impliziten und indexikalischen Positionierungspraktiken hingearbeitet wird: In Kapitel 5.2.1 werden Kategorisierungspraktiken beschrieben, in Kapitel 5.2.2 Zuschreibungspraktiken, in Kapitel 5.2.3 Bewertungspraktiken, in Kapitel 5.2.4 Erzählpraktiken und in Kapitel 5.2.5 schließlich performative Positionierungspraktiken. Die Analysekapitel sind analog zueinander aufgebaut: Zu Beginn wird eine kurze theoretische Einführung zur jeweiligen Praktik geliefert, zusammen mit quantitativen Angaben zu den jeweiligen Vorkommenshäufigkeiten in der Kollektion, um einen Eindruck über die Verteilung der einzelnen Praktiken zu gewinnen. Darauf aufbauend werden die verschiedenen Realisierungsmöglichkeiten der Praktiken dargestellt, sortiert nach ihrer Frequenz in der Kollektion. Jedes Analysekapitel schließt mit einem zusammenfassenden Zwischenfazit ab.

Im Anschluss an die systematische Darstellung der Positionierungspraktiken wird die Interaktivität von Positionierungen in den Fokus der Analysen gerückt (Kap. 6). Zunächst steht die empirische Analyse und Beschreibung der interaktiven Be- und Aushandlung von Positionierungen (Kap. 6.1). Anschließend folgt eine ausführliche Diskussion über den Zusammenhang und die (Nicht-)Implikativität von Selbst- und Fremdpositionierungen (Kap. 6.2).

Den Abschluss der Arbeit bilden die theoretischen Schlussbetrachtungen, in denen interaktionstheoretische Rückbezüge angestellt werden und der interaktionale Positionierungsansatz differenziert dargestellt wird (Kap. 7). Zunächst wird eine Zusammenfassung der relevantesten Ergebnisse geliefert (Kap. 7.1), worauf eine Diskussion über

die Handlungsorganisation von Positionierungen erfolgt (Kap. 7.2). In Kapitel 7.3 wird eine methodisch-theoretische Reflexion geliefert, in der das Vorgehen in dieser Arbeit in Bezug auf die Erforschung von Positionierung und Identität in sozialer Interaktion retrospektiv und mit Blick auf zukünftige Arbeiten betrachtet wird. Die Arbeit schließt mit einem Ausblick auf mögliche Folgearbeiten, offene Fragestellungen und mögliche Anwendungsgebiete der hier gelieferten Ergebnisse ab (Kap. 7.4).

2 Theoretische Rahmung – Identität und Positionierung in der Forschung

Die folgenden Abschnitte werden sich dezidiert mit der historischen Entwicklung und Anwendung des Positionierungskonzepts in der Forschung beschäftigen, um darauf aufbauend einen adäquaten Positionierungsbegriff für diese Arbeit zu entwickeln. Da sich die Positionierungsforschung spezifisch mit Selbst- und Fremddarstellung sowie insbesondere mit der Konstitution von Identität im Gespräch beschäftigt, ist es zunächst relevant, zu reflektieren, was mit dem Begriff ‚Identität‘ genau gemeint ist und wie eine adäquate Konzeption von Identität für einen interaktional ausgerichteten Positionierungsansatz aussehen kann (Kap. 2.1). Selbstdarstellung und Identität sind sozialwissenschaftlich breit untersuchte Gebiete, für die es entsprechend verschiedene Herangehensweisen und Konzeptualisierungen gibt. Zunächst wird der Begriff ‚Selbstdarstellung‘ allgemein in den Blick genommen (Kap. 2.2). In Abschnitt 2.3 wird das Positionierungskonzept dargelegt, mit einem Fokus auf den konzeptionellen und theoretischen Grundlagen. Im Rahmen der Konversationsanalyse spielt die *membership categorization analysis* (MCA) eine wichtige Rolle zur Analyse von Kategorien im Gespräch. Kategorisierungen spielen auch bei Positionierung eine relevante Rolle, weshalb eine Reflexion über den Zusammenhang beider Konzepte im Rahmen dieser Arbeit wichtig ist (Kap. 2.4). Ein ebenfalls verwandtes Konzept ist *stancetaking*, weshalb auch hier eine Abgrenzung nötig ist (Kap. 2.5). Die theoretische Rahmung schließt mit der Herleitung und Entwicklung eines adäquaten Positionierungsbegriffs für den interaktionalen Positionierungsansatz sowie der Darstellung des zugrunde liegenden Praktikenbegriffs ab (Kap. 2.6 und 2.7).

2.1 Zur interaktiven Konstitution von Identität

*Every society contains a repertoire of identities
that is part of the ‚objective knowledge‘ of its members.*
(Berger 1966, S. 106)

‚Identität‘ ist ein so polysemer Terminus, wie kaum ein anderer in den Sozialwissenschaften. Beschäftigt man sich ausführlicher mit Identität, so merkt man schnell, dass es sich um ein fast unüberschaubares Feld handelt, auf dem interdisziplinär breit geforscht wird.² Ein exhaustiver Überblick über die Identitätsforschung erscheint beinahe unmöglich und selbst die Darstellung einzelner Richtungen stellt eine Herausforderung dar. Eben deshalb ist es für eine Arbeit, die sich explizit mit Identitätsdarstellungen beschäftigt, unumgänglich, das zugrunde gelegte Identitätsverständnis zu formulieren. Ausgerichtet auf die Zielsetzung dieser Arbeit wird daher folgend ein kursorischer

² Vignoles/Schwartz/Luyckx (2011, S. 1) sprechen von einem der am häufigsten untersuchten Konstrukte innerhalb der Sozialwissenschaften.

Überblick über die relevante Forschung sowie den in dieser Arbeit verwendeten Identitätsbegriff gegeben.

Einer der in soziologisch-diskursiven Ansätzen, also solchen, die sich zentral mit sprachlicher Interaktion beschäftigen, wohl am häufigsten nutzbar gemachten Identitätsansätze ist die sozialpsychologische *social identity theory* (Tajfel 1974, 1978, 1981; Tajfel/Turner 1986), die von einem untrennbaren Zusammenhang zwischen Identität, Gruppenzugehörigkeiten und -interaktionen ausgeht.

[S]ocial identity will be understood as that part of an individual's self-concept which derives from his knowledge of his membership of a social group (or groups) together with the value and emotional significance attached to that membership. (Tajfel 1978, S. 63)

Das eigene Verhalten ist stark geprägt vom sozialen Kontext, der als die Vielfalt von sozialen Gruppen und ihre intergruppenspezifischen Beziehungen definiert wird (vgl. Mummendey 1995, S. 105). Im Zentrum dieser relationalen Sicht auf Identität steht die Annahme, dass sich das Individuum über seine Gruppenzugehörigkeit definiert, die sich wiederum nur im Vergleich bzw. in Abgrenzung zu anderen Gruppen in der Gesellschaft definiert. Obwohl die kollektive Identität einen sehr hohen Stellenwert innerhalb der *social identity theory* hat, setzt sie diese nicht als einzige identitätskonstituierende Komponente eines Individuums voraus, sondern bezieht individuelle und persönliche Aspekte ein (vgl. Tajfel/Turner 1986; Turner/Onorato 1999).

Viele Arbeiten innerhalb der Identitätsforschung gehen von unterschiedlichen Identitätsebenen aus, die sie unterschiedlich stark fokussieren: Typischerweise wird zwischen individueller, relationaler und kollektiver Ebene unterschieden (vgl. Vignoles/Schwartz/Luyckx 2011, S. 3). Tajfel (1974, 1978) spricht in diesem Zusammenhang von einem ‚interpersonal-intergroup continuum‘, bei dem das eine Skalenende durch idiosynkratische persönliche Charakteristika und Qualitäten definiert wird, während am anderen Ende Gruppenzugehörigkeiten und -loyalitäten, fernab von individuellen Eigenschaften und zwischenmenschlichen Beziehungen stehen (vgl. auch Turner/Onorato 1999). „However, the contrast or seeming contradiction between what is social and what is personal or individual dissolves away in discursive perspectives on identity construction: The personal/individual is social and vice versa“ (Bamberg/De Fina/Schiffrin 2011, S. 188, Herv. i. O.). Auf der Grundlage der *social identity theory* hat sich die *self-categorization theory* entwickelt, die spezifischer auf die Identitätskonstitution im Rahmen von Kategorisierungen und Gruppenzugehörigkeiten eingeht und sich beispielsweise auch mit Stereotypisierungen auf der Grundlage einer „shared social category membership“ (Turner 1984, S. 528) beschäftigt (vgl. Turner/Giles (Hg.) 1981; Turner et al. 1987; Turner/Onorato 1999).

Diskursive Identitätsansätze gehen von einer Herleitung von Identität und Selbst aus der sozialen Interaktion innerhalb und zwischen Gruppen aus. Im Gegensatz zu traditionellen Identitätstheorien wird Identität also als sozial und interaktiv konstruiert betrachtet anstatt als bereits vordefiniertes Merkmal eines Individuums. Anstatt Identität als präexistent vorauszusetzen, geht man von emergenten Strukturen der Identitätsprozessierung und -konstruktion in der Interaktion und aus ihr heraus aus. Je nach Kontext und sozialen Bedingungen können einzelne (persönliche oder soziale) Identitätsfacetten in ihrer Salienz und Relevanz variieren, indem sie von Interagieren-

den zu verschiedenen Zeitpunkten mithilfe inferenzieller Praktiken relevant gesetzt werden.

[I]dentities are descriptions: they never just appear, they are always *used*; they only make sense as part of an *interactional structure* (like a story or an argument), and [...] they are *highly flexible*. The participants use their identities as warrants or authority for a variety of claims they make and challenge, and the identities they invoke change as they are developed to meet changing conversational demands. (Antaki/Condor/Levine 1996, S. 479, Herv. i. O.)

Bei der Analyse diskursiver Identitätsher- und -darstellungen spielt der Diskursbegriff auf theoretisch-methodologischer Ebene eine wichtige Rolle, insbesondere die Distinktion zwischen *capital-D* und *small-d discourse*. Der *Capital-D discourse* geht über die aktuelle, lokale Interaktion hinaus und bezeichnet „solche gesellschaftlich akzeptierten Assoziationen zwischen Sprachgebrauch, Denken, Bewerten, Handeln und Interagieren“ (Gee 1999, S. 17, Übersetzung S.T.), mit denen man sich als Mitglied einer gesellschaftlich relevanten Gruppe oder eines sozialen Netzwerks definiert. In Foucaults (1973) Terminologie handelt es sich hierbei um ‚gesellschaftliche Diskurse‘, also um Normen und Traditionen sowie die institutionelle Verteilung von Wissen und Macht, durch die spezifische Subjektpositionen vorgegeben werden, in denen Individuen aufgrund bestimmter (sozialer, psychischer etc.) Dispositionen eine bestimmte Position erhalten (vgl. ausführlicher Kap. 2.3); die ausgewählten Identitäten stammen also aus bereits gesellschaftlich-sozial bestehenden Repertoires. Foucault (1973) spricht hierbei von ‚Wahrheitsregimen‘.

Dem gegenüber steht der *small-d discourse*, mit dem alltägliche Handlungskontexte gemeint sind. Im Analysefokus stehen hierbei die lokalen Interaktionskontexte, in denen die in situ-Konstitution und -Interpretation der Selbstdefinition stattfinden (vgl. Bamberg/De Fina/Schiffrin 2011, S. 182). Hier setzen linguistisch und interaktional ausgerichtete Arbeiten an, die insbesondere den Zusammenhang zwischen dem, was gesagt wird, wie es gesagt wird sowie seine Bedeutung und Funktion im Kontext in den Blick nehmen. *Capital-D* und *small-d discourses* sind nicht getrennt voneinander zu betrachten, sondern bedingen und beeinflussen sich gegenseitig; *Capital-D discourses* zeigen sich empirisch erst durch die Analyse von *small-d discourses*. Interagierende orientieren sich an gesellschaftlichen Diskursen und machen diese erst innerhalb alltäglicher Interaktionskontexte relevant, beispielsweise durch Kategorisierungshandlungen. In diesem Sinne untersucht die *membership categorization analysis* ebendiese *small-d discourses*, um die basalen *capital-D* Strukturen aufzudecken: „CA, in combination with MCA, shares a commitment to the empirical study of in vivo small-d discursive practices through which particular capital-D social orders are said to be implied and coming to be visible“ (Bamberg/De Fina/Schiffrin 2011, S. 185).

Die frühe Positionierungstheorie ist einer der Ansätze, die versuchen, beide Diskursebenen methodologisch zusammenzuführen und gemeinsam zu untersuchen. In Bambergs analytischer Trennung in drei Positionierungsebenen wird dies besonders deutlich, wenn er im Rahmen der dritten Ebene von „dominant discourses or master narratives“ spricht (Bamberg/Georgakopoulou 2008, S. 385), was terminologisch gleichzusetzen ist mit *capital-D-discourse*. Die Frage *who am I?* soll in diesem Sinne vor dem

Spiegel makrosozialer Diskurse beantwortet werden. Diese Auftrennung in makro- und mikrosoziale Identitätsebenen stellt eine methodische Herausforderung dar. Insbesondere konversationsanalytische Arbeiten problematisieren die Frage, inwiefern die Orientierung der Interagierenden an *capital-D-discourses* datengeleitet nachgewiesen werden kann, ohne deduktiv mit bereits voretablierten Annahmen zu arbeiten (vgl. Stokoe 2005). Deppermann (2013b, S. 68) formuliert das Problem aus konversationsanalytischer Sicht:

Conversation analysts are likely to have problems with the discourse theoretic heritage of ‚positioning‘, namely with level-3 positioning according to Bamberg (1997). Problems include: How are we to determine what are dominant and what are counter discourses? How is a ‚discourse‘ to be pinned down methodologically? How do participants contextualize it to be relevant in situ? How can its situated relevance and interpretation be methodologically grasped?

Lucius-Hoene/Deppermann (2004) sehen in ihrem Positionierungsansatz insgesamt von der expliziten Formulierung und Beschreibung einer makrosozialen Ebene ab (vgl. Kap. 2.3). Deppermann (2015b, S. 383) argumentiert, dass Positionierungspraktiken auf Level 1 und 2 (also auf Ebene der Narration sowie vis-à-vis mit dem Gesprächspartner) bereits indexikalisch auf kulturelle Diskurse hinweisen, um die lokale Bedeutung zu desambiguieren. Die Frage, inwiefern sich die Interagierenden im Rahmen von Identitätsdisplays und Positionierungshandlungen an sozial und kulturell verfügbarem Wissen orientieren, wird auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit eine wichtige Rolle spielen. Insbesondere bezüglich Kategorisierungshandlungen und damit verbundenen Inferenzen erscheint der Rückgriff auf gesellschaftlich verfestigte Wissensbestände äußerst relevant. Diese Thematik wird u. a. in Kapitel 5.1 behandelt.

In den verschiedenen Arbeiten zu Identität und Identitätskonstitution spielen diese Diskursebenen eine wichtige Rolle, insbesondere bezüglich der unterschiedlichen methodologischen Voraussetzungen und Vorgehensweisen. Aus konversationsanalytischer Perspektive wird Identität als sozialkonstruktivistisches, nicht essentialistisches Konstrukt gesehen. „It declines to take it that a person has this or that given identity and prefers to watch as the person moves in and out of the multiple categories that society offers“ (Antaki 2013, S. 1000). Damit geht die methodologische Orientierung an authentischer Interaktion und Sequenzialität einher. Entsprechend geht man im Rahmen der Konversationsanalyse davon aus, dass alle identitätskonstituierenden Elemente im Gespräch von den Interagierenden relevant gemacht und damit sichtbar werden:

The ethnomethodological spirit is to take it that the identity category, the characteristics it affords, and what consequences follow, are all knowledgeable to the analyst *only through the understandings displayed by the interactants themselves*. Membership of a category is ascribed (and rejected), avowed (and disavowed), displayed (and ignored) in local places and at certain times, and it does these things as part of the interactional work that constitutes people's lives. (Antaki/Widdicombe 1998, S. 2, Herv. S. T.)

Antaki/Widdicombe (ebd., S. 3) heben fünf Aspekte hervor, die sie als zentral für konversationsanalytische Ansätze zur Analyse von Identität ansehen: i) eine Identität zu haben, bedeutet, in eine Kategorie mit spezifischen assoziierten Charakteristika und

Merkmale eingeordnet zu sein, ii) die Einordnung ist indexikalisch und kontextuell bedingt, iii) diese Einordnung macht Identität relevant, iv) diese Identität hat Konsequenzen für die Interaktion und v) all dies ist im Rahmen der konversationellen Strukturen sichtbar. Bucholtz/Hall (2005a, S. 585) betonen in ihrem anthropologisch geprägten, soziokulturell-linguistischen Ansatz zur Identitätsanalyse ebenfalls die Emergenz von Identität als soziokulturelles Phänomen innerhalb lokaler Diskurskontexte. Für die Analyse von Identität legen sie fünf Prinzipien zugrunde: i) Emergenz, ii) Positionalität, iii) Indexikalität, iv) Relationalität und v) Partialität (ebd., S. 598 f.).

In Abgrenzung zu den ‚klassischen‘ Identitätsebenen individueller, relationaler und kollektiver Identität, haben konversationsanalytische Arbeiten eine spezifischere Distinktion verschiedener Identitäten entwickelt. Zimmerman (1998) schlägt drei Identitätskategorien vor: diskursive (*discourse identity*), situationsbedingte (*situational identity*) und transportable (*transportable identity*) Identitäten. Mit transportierbaren Identitäten sind klassische soziokulturelle Kategorien wie Gender oder Alter gemeint. Situationsbedingte Identität meint Kategorien, die oftmals an institutionelle Gegebenheiten gebunden sind (z.B. Lehrer, Schüler). Diskursive Identitäten sind solche, die aus den kommunikativen Anforderungen der lokalen Interaktion entstehen, beispielsweise Erzähler, Zuhörer, Fragesteller usw. (vgl. Antaki 2013).

Insbesondere die Identifizierung transportabler, also bereits mehr oder weniger vorgeprägter kategorialer Identitäten, ist mit konversationsanalytischen Methoden potenziell heikel. Wie u.a. Schegloff (1997b, 2005) betont, dürfen soziokulturelle Kategorien nicht a priori vom Analytiker als relevant vorausgesetzt werden, sondern nur dann als relevante Kategorien behandelt werden, wenn sich die Interagierenden klar an ihnen orientieren.³ Diese Prämisse ist ein Grundpfeiler in der Konversationsanalyse und folgt dem Prinzip *stick to your data* (Sacks 1995). Wie aber können unter diesen methodischen Prämissen solche Identitäten berücksichtigt werden, die Interagierende mitbringen – transportieren – und daher nicht unbedingt relevant setzen müssen? Die Orientierung an bestimmten Kategorien kann nicht unbedingt an jedem Datum nachgewiesen werden, aber trotzdem vorhanden sein. In seiner frühen Arbeit zu Identitätsaushandlungen im Gespräch geht Schenkein (1978, S. 57) bereits auf diese Frage ein:

That information [about brought along categories, S.T.], of course, was available to the participants no less richly than it is to us now. On the strength of the interactional parameters which ‚salesman‘ and ‚prospective client‘ appropriately conjure for us all, we are already alive to formulatable boundaries of likely, and even preferable, and even fantastic behavior for such encounters.

Das zeigt sich natürlich vor allem in institutionellen Gesprächen – Schenkein untersucht ein Verkaufsgespräch – aber auch in anderen Kontexten, wenn inferenzielle

³ Das Erkenntnisinteresse der Konversationsanalyse stellt in dieser Hinsicht einen gewissen Mikrofokus dar, indem sie sich exklusiv auf die von den Interagierenden relevant gesetzten Aspekte fokussiert. Das bedeutet natürlich nicht, dass solche soziokulturellen Merkmale, die nicht explizit relevant gesetzt werden, auch de facto irrelevant für die Identitätskonstitution sind. Allerdings stößt hier die Konversationsanalyse an ihre Grenzen und es müssten andere Ansätze implementiert werden, wie etwa die Ethnographie.

Identitäten relevant gemacht werden, die den Interagierenden beispielsweise durch ihre gemeinsame Interaktionsgeschichte bekannt sind. Diese implizit mitlaufenden Identitätsfacetten sollten in der Analyse von Identitätsarbeit nicht aus den Augen verloren werden. Die Orientierung an bestimmten Identitäten kann sich beispielsweise bereits am allgemeinen Gesprächsverhalten äußern, etwa wenn lokal zwischen Identitätsebenen gewechselt wird.⁴ Hierauf wird im Rahmen der Literatur ebenfalls hingewiesen, wenn es um die Aushandelbarkeit von Identität geht. Antaki/Condor/Levine (1996) zeigen anhand eines Alltagsgesprächs zwischen FreundInnen, dass sich die Identitätsaspekte einer Person innerhalb desselben Gesprächs je nach Anforderung verändern können und dass die interaktive Struktur Auswirkungen auf die jeweils relevant gesetzte Identität haben kann.⁵ Diese Annahme bedeutet auch, dass die jeweils relevante Identität je nach Interaktionspunkt variieren kann und daher eine möglichst ganzheitliche Betrachtung des Gesprächs und nicht bloß eine punktuelle Analyse äußerst wichtig ist:

Were a psychologist to have stopped the interaction at any one point, they would have been tempted to imagine that the identities on display were, like the slogan baked into a stick of Blackpool rock, uniform throughout. In fact, the play of identities was like the disposition of meat and fat in a salami sausage: differently patterned wherever you cut into it. (Ebd., S. 488)

Die Ebene der diskursiven Identität nach Zimmerman bezeichnet das, was meines Erachtens zu den grundlegenden, stetig mitlaufenden kommunikativen Aufgaben gehört. Insbesondere Verstehens- und Interpretationsleistungen sowie strukturelle Anforderungen an die Interagierenden tangieren weniger die Identität – das ‚Selbst‘ – einer Person und sind mehr momentane Interaktionsaufgaben. Man kann sich in diesem Zusammenhang fragen, inwiefern ‚Fragesteller‘ oder ‚Antwortverpflichteter‘ Kategorien sind, die der Identität zuzurechnen sind. Wenn dies aber nicht identitätsrelevant im engeren Sinne ist, wie ist Identität dann überhaupt fassbar? Sind beispielsweise individuelle Charaktereigenschaften wie ‚extrovertiert‘ oder ‚zurückhaltend‘ identitätsrelevant? Oder zählen vorrangig kategorienspezifische Merkmale zur Identität einer Person?

The third thing we want to say here is to answer a criticism which will occur to an observing social identity theorist: surely, they might say, some of these labels are only very tenuously ‚social identities‘? In what sense, they might specifically ask, can one speak of ‚ambitious‘ [...] as a social identity, rather than a personal trait? (Ebd., S. 482)

Antaki/Condor/Levine (ebd.) beantworten diese Frage mithilfe der *membership categorization analysis*: Indem überprüft wird, ob es sich um eine Kategorienzugehörigkeit handelt und/oder, ob ein Merkmal kategorienspezifisch ist, können Persönlichkeitsei-

⁴ So kann es beispielsweise vorkommen, dass ein Interviewer kurzzeitig seine institutionelle Rolle verlässt, um mit dem Interviewten über private Themen außerhalb der Interviewthematik zu sprechen.

⁵ Zur Möglichkeit des kontextuellen *shifts* von Identitäten und einem diesbezüglichen kurzen Forschungsüberblick vgl. Vignoles/Schwartz/Luyckx (2011).

enschaften von Identitätsmerkmalen unterschieden werden. Zudem ist für die AutorInnen ausschlaggebend, inwiefern diese Merkmale und Eigenschaften von den Interagierenden als relevant behandelt werden. Dieses Vorgehen erscheint zunächst als solider Ausgangspunkt, müsste allerdings für einen breiteren Blickwinkel um weitere, nicht-kategoriegebundene Merkmale ergänzt werden.

Wie steht es nun um den dieser Arbeit zugrundeliegenden Identitätsbegriff? Die bisherige Identitätsforschung, die sich auf diskursiver, interaktionaler Ebene mit dem Konzept auseinandersetzt, ist sich zumindest darin einig, was Identität *nicht* ist: Identität ist nicht essentialistisch, nicht holistisch und nicht monadisch. Die konkrete Konstitution von Identität ist nicht so eindeutig. Wie der kurze Blick auf einzelne Identitätskonzepte zeigt, gibt es vor allem unterschiedliche Blicke auf einzelne Identitätsebenen und deren Benennung und Relevanz: Während die *social identity theory* ihren Blick vornehmlich auf kollektive Identitäten und Gruppenzugehörigkeiten lenkt, differenziert Zimmerman zwischen eher individualbezogenen und situationsbedingten Identitätsebenen. Wie bereits dargelegt, werden die von Zimmerman postulierten diskursiven Identitäten im Rahmen dieser Arbeit mehr als notwendiger Teil jeder Interaktion und weniger als identitätsrelevant angesehen. Dass Interagierende im Laufe eines Gesprächs unterschiedliche Aufgaben erfüllen müssen (wie Fragen stellen und beantworten), ist den strukturellen und sequenziellen Gegebenheiten der Interaktion geschuldet. Dass diese kommunikativen Rollen die Teilnehmenden aber grundsätzlich in ihrem Selbstverständnis beeinflussen, greift meines Erachtens in den meisten Fällen zu weit. In diesem Sinne wird der Identitätsbegriff, wie er im Laufe dieser Arbeit verwendet wird, als das Selbstverständnis bzw. die Selbstdefinition einer Person definiert. Es geht also darum, wie eine Person von anderen Menschen gesehen werden möchte und dabei insbesondere auch wie sie sich selbst sieht und entsprechend darstellt. Dies schließt die Fremddarstellung mit ein, denn ebenso wie ein Sprecher auf sein eigenes Selbstbild referieren kann, so kann er auch das Bild einer anderen Person her- und darstellen (zumindest im Rahmen seiner eigenen Perzeption). Hierbei spielen soziale Gruppenidentitäten im Sinne der *social identity theory* eine ebenso wichtige Rolle wie die transportablen und die situationsbedingten Identitätsebenen nach Zimmerman. In Anlehnung an ein sozialkonstruktivistisches Identitätsverständnis gehe ich davon aus, dass Identität lokal und situativ hervorgebracht wird. Wichtig hierbei ist, dass es nicht darum gehen soll, die ganzheitliche Identität einer Person zu beschreiben, sondern die lokal relevanten Identitätsaspekte zu fokussieren. In diesem Sinne wird Identität nicht als vorgegebene, statisch festgelegte Entität gesehen, sondern als interaktiv hervorgebracht und dynamisch. Mit Positionierungsanalysen soll (und kann) nicht die ganzheitliche Identität einer Person beschrieben werden, auch weil dies im Gespräch durch die Interagierenden gar nicht möglich ist. Personen können maximal Identitätsfacetten hervorbringen, aber niemals innerhalb eines Gesprächs ihre ganzheitliche Identität darstellen (falls dies überhaupt möglich ist). Diese Facetten werden durch Positionierungsakte hervorgebracht, für die es unterschiedliche Ressourcen gibt. Diese Ressourcen bilden den Gegenstand dieser Arbeit.

Identitätsdisplays sind kontextsensitiv und abhängig vom Individuum sowie seiner Zuhörerschaft. So können bestimmte sprachliche Handlungen oder Äußerungen je nach Kontext und situativen Gegebenheiten positionierungsrelevant sein oder auch nicht. In einer Runde von KunstliebhaberInnen kann die Bewertung eines antiken Mö-

belstücks eine andere Positionierungsrelevanz aufweisen als die gleiche Bewertung in einem familiären Tischgespräch. Für diese Arbeit sind ebensolche lokalen, punktuellen Identitätsdisplays von Bedeutung. Es geht darum, das zu beschreiben, was von den Interagierenden in einem bestimmten Moment relevant gesetzt wird.

2.2 Selbstdarstellung in der Forschung

Im Zusammenhang mit Positionierung fällt immer wieder der Begriff ‚Selbstdarstellung‘; die Darstellung des Selbst sowie des Anderen sind zentrale interaktive Aufgaben, die mit Positionierung erzielt werden können. Doch was genau bedeutet Selbstdarstellung im wissenschaftlichen Sinne? Wie viele wissenschaftliche Termini ist auch der Begriff der Selbstdarstellung nicht eindeutig definiert oder von anderen bedeutungsähnlichen Begriffen abgegrenzt.

So findet sich der Aspekt der Selbstdarstellung (wobei dieser Begriff selbst dazugehört) in den Bezeichnungen *Image-Kontrolle*, *Selbstpräsentation*, *Impression Management* und *Eindruckskontrolle*. Alle diese Begriffe betonen unterschiedliche Aspekte, bedeuten aber in ihrem Kern dasselbe: Die Beeinflussung des Bildes, das andere von einem haben. (Rhein 2015, S. 30)

Mit Selbstdarstellung ist in den meisten Fällen die ganzheitliche Präsentation des Selbst im Alltag gemeint, die festmachbar ist an der Wahl der Kleidung, Gestik und Mimik, Sprechstilen, der Annahme von Rollenstilen usw. „Allen Selbstdarstellungskonzepten ist die Grundüberzeugung gemeinsam, dass jeder Mensch in (fast) jeder Situation zu einem gewissen Grad Selbstdarstellung betreibt“ (ebd.). Seinen Ursprung nimmt das Konzept in der Soziologie bzw. (Sozial-)Psychologie, dabei vor allem in den Arbeiten von Mead (1934) und später Goffman (1967) mit seinen Konzepten des *face(-work)* und *presentation of self*. Mead und Goffman gelten als Gründerväter des *impression management*-Ansatzes.⁶ Zahlreiche Arbeiten zur Selbstdarstellung orientieren sich an Goffmans Face-Begriff, den er definiert als

the positive social value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact. Face is an image of self delineated in terms of approved social attributes – albeit an image that others may share, as when a person makes a good showing for his profession or religion by making a good showing for himself. (Goffman 1967, S. 5)

⁶ Der *impression management*-Ansatz kommt aus der Sozialpsychologie und geht auf Mead (1934), Blumer (1969) und Goffmans (1959b, 1967) Überlegungen zu Selbstdarstellungen zurück. „Impression Management is the conscious or unconscious attempt to control images that are projected in real or imagined social interactions“ (Schlenker 1980, S. 6). Der Ansatz wird an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt, da es ihm primär um verschiedene Strategien der positiven Selbstdarstellung geht, die weit über die sprachliche Ebene hinausgehen, sodass eine Anwendung auf verbalsprachliche Daten nur sehr eingeschränkt möglich ist.

Das Face ist also sowohl abhängig davon, wie sich ein Individuum in einer sozialen Situation verhält, als auch davon, wie dieses Verhalten von der Gesellschaft aufgenommen und evaluiert wird. Es geht also vor allem um die „gesellschaftliche Konstruktion des Selbst und um ihre Bedingungen“ (Auer 1999, S. 155). Auch bei Goffman dreht es sich also darum, den Eindruck anderer Personen von einem selbst zu beeinflussen und zu kontrollieren. In seinen Arbeiten verweist Goffman oftmals auf Interaktion als Medium für die von ihm beschriebenen Strategien des *face-work*. Grundsätzlich beschreibt er menschliches Verhalten in sozialen Interaktionen (wobei auch non- und paraverbales Verhalten eingeschlossen wird), in denen sprachliche Interaktion häufig vorkommt. Daher bilden seine Beobachtungen und Erkenntnisse oft Ansatzpunkte für linguistische Arbeiten, die sich mit Selbstdarstellung und Beziehungsmanagement beschäftigen (vgl. Rhein 2015, S. 69). Goffman definiert Darstellung (*performance*) als

die Gesamttätigkeit eines bestimmten Teilnehmers an einer bestimmten Situation [...], die dazu dient, die anderen Teilnehmer in irgendeiner Weise zu beeinflussen. [...] Das vorherbestimmte Handlungsmuster, das sich während einer Darstellung entfaltet und auch bei anderen Gelegenheiten vorgeführt oder durchgespielt werden kann, können wir ‚Rolle‘ (*part*) nennen. Diese, die Situation bezeichnenden Termini können leicht auf konventionelle strukturbezeichnende Termini übertragen werden. Wenn ein Einzelner oder ein Darsteller bei verschiedenen Gelegenheiten die gleiche Rolle vor dem gleichen Publikum spielt, entsteht mit großer Wahrscheinlichkeit eine Sozialbeziehung. Wenn wir soziale Rolle als die Ausübung von Rechten und Pflichten definieren, die mit einem bestimmten Status verknüpft sind, dann können wir sagen, daß eine soziale Rolle eine oder mehrere Teilrollen umfaßt und daß jede dieser verschiedenen Rollen von dem Darsteller bei einer Reihe von Gelegenheiten vor gleichartigem Publikum oder vor dem gleichen Publikum dargestellt werden kann. (Goffman 1959b, S. 18)

Die oben erwähnten Aspekte des Selbstdarstellungskonzepts fokussieren stark auf die soziologische bzw. sozialpsychologische Seite der Forschung. Nun gibt es auch linguistische Ansätze, die sich mit Selbstdarstellung in sozialer Interaktion beschäftigen, wobei diese oftmals mit Beziehungsmanagement in Verbindung gebracht und unter der Bezeichnung ‚Imagearbeit‘ gefasst werden. In der Linguistik können primär zwei Ansätze zur Untersuchung von Selbstdarstellung ausgemacht werden: Zum einen wird Selbstdarstellung mittels Sprechhandlungen innerhalb eines pragmatischen Ansatzes beschrieben (u. a. Holly 1979, 1987, 2012; Heine 1990). Zum anderen gibt es einen sprachanalytischen Ansatz (z. B. Schwitalla 1996; Spiegel/Spranz-Fogasy 2002; Rhein 2015), in dem Selbstdarstellung (besonders in Verbindung mit Beziehungsmanagement) als reflexive Handlung angesehen wird: „Selbstmodellierung und Selbstdarstellung funktionieren nur insofern, als man als Sender durch seine Äußerungen versuchen kann, seine Wirkung auf andere zu beeinflussen“ (Rhein 2015, S. 70). Das Gegenüber kann diese Äußerungen entsprechend interpretieren und darauf reagieren, um die Selbstdarstellung erfolgreich werden zu lassen. Gleichzeitig ist die Selbstdarstellungshandlung nicht unabhängig vom Gegenüber, sondern der Sprecher orientiert sich an den Erwartungen und Eigenschaften, die er ihm zuschreibt (im Sinne des *recipient design*, Sacks/Schegloff 1979).

Imagearbeit wird laut Holly (1979, S. 2) an sprachlichen Handlungsmustern sichtbar, da das Selbst (das Face) erst innerhalb sprachlicher Interaktion etabliert werden muss.

Spiegel/Spranz-Fogasy (2002) orientieren sich an einem Selbstdarstellungsbegriff, der stark mit der linguistischen Stil- bzw. Stilisierungsforschung verbunden ist (basierend auf u. a. Sandig 1986; Hinnenkamp/Selting (Hg.) 1989). Sie definieren Selbstdarstellung als „alldiejenigen Aspekte sprachlichen und nicht-sprachlichen Handelns, mit denen Menschen im Gespräch einander ihre kulturellen, sozialen, geschlechtlichen und individuellen Persönlichkeitseigenschaften präsentieren“ (Spiegel/Spranz-Fogasy 2002, S. 215). Sie unterscheiden grundsätzlich drei Arten von Selbstdarstellung: i) explizite Selbstaussagen, ii) Eigenschaften sprachlicher und sprachbegleitender Aktivitäten und iii) übergreifende Eigenschaften des Gesprächshandelns (ebd., S. 220 f.).

Unter dem Konzept der Selbstdarstellung lassen sich eine Vielzahl sprachlicher Mittel fassen, die zur Etablierung des Selbstbildes beitragen. Es handelt sich hierbei nicht bloß um explizite sprachliche Handlungen oder an einzelnen Sequenzen festmachbare Muster der Imagebildung, sondern zudem um subtilere Hinweise, die die gesamte Interaktion umfassen können. So bezeichnet beispielsweise Holly (1979, 2001) das Aufrechterhalten ritueller Sequenzmuster als Imagebildung, wenn er betont, dass dies der Herstellung und Bekräftigung gegenseitigen Respekts dient (dies betrifft sowohl kooperative als auch korrektive Sequenzen, wobei in letzteren ein spezifischer Ablauf von Korrektivschritten erfolgen kann). Nach Schwitalla (1996) können abgebrochene eigene Beiträge oder auch die Platzierung von Pausen im eigenen Sprecherbeitrag zur Bildung des eigenen Selbstbildes beitragen (z. B. indem schnelle Anschlüsse Entschlossenheit ausdrücken oder Pausen und Verzögerungen auf Selbstkontrolle hinweisen können). Die sprachlichen Mittel zur Selbstdarstellung sind vielfältig und können auf verschiedenen Ebenen angesiedelt sein. Sie müssen nicht explizit (z. B. in Form von Selbstaussagen) formuliert werden, sondern können auch implizit gestaltet sein. Explizite Selbstaussagen bilden tatsächlich nur einen kleinen Teil der Selbstdarstellungsstrategien, die Interagierenden zur Verfügung stehen. Sie können bereits durch die bloße Aufrechterhaltung ritueller Kommunikationsmuster Imagebildung betreiben, indem sie dadurch anzeigen, dass sie ihren Gesprächspartner sowie die Interaktion selbst respektvoll behandeln (vgl. z. B. Schwitalla 1996). Auch übergreifende Verhaltensweisen tragen zur Selbstdarstellung in der Interaktion bei: So kann ein entgegenkommendes Verhalten in Verhandlungen auf Kooperativität hindeuten oder die Präsentation von Fachwissen kann auf Kompetenz hinweisen. Hierbei zeigt sich die oben bereits genannte reflexive Eigenschaft von Selbstdarstellungen: Die Selbstdarstellung kann nur dann erfolgreich sein, wenn das Gegenüber die Aussage bzw. das Gesprächsverhalten so interpretiert, wie es vom Sprecher intendiert war. Verhaltensweisen und Äußerungen können auf unterschiedliche Weisen interpretiert werden, sodass dasselbe Verhalten unterschiedliche Reaktionen bei unterschiedlichen RezipientInnen hervorrufen kann (vgl. Spiegel/Spranz-Fogasy 2002; Rhein 2015).

Mit Selbstdarstellung (oder Imagearbeit) wird meist auf die Gesamtheit einer Person referiert, wodurch der Begriff ein Hyperonym für verschiedene Verfahren der Selbstpräsentation darstellt, wovon die sprachliche bzw. interaktive Ebene nur eine von vielen ist. Positionierung wendet sich nun spezifischer ebendieser diskursiven Ebene zu.

2.3 Positionierung – ein forschungshistorischer Überblick

Das Positionierungskonzept wurde Anfang der 1990er Jahre innerhalb der Diskurspsychologie entwickelt und dient vornehmlich der Beschreibung und Analyse diskursiver Identitätskonstitution.⁷ Seinen Ursprung hat der Positionierungsbegriff bei Foucault (1973) und seinem Verständnis von ‚Subjektpositionen‘. Foucault interessiert sich für Diskursgeschichte, wobei er Diskurs definiert als „eine Menge von Aussagen, die einem gleichen Formationssystem zugehören“ (ebd., S. 156).⁸

Diskurs wird man eine Menge von Aussagen nennen, insoweit sie zur selben diskursiven Formation gehören. Er bildet keine rhetorische oder formale, unbeschränkt wiederholbare Einheit, deren Auftauchen oder Verwendung in der Geschichte man signalisieren (und gegebenenfalls erklären) könnte. Er wird durch eine begrenzte Zahl von Aussagen konstituiert, für die man eine Menge von Existenzbedingungen definieren kann. Der so verstandene Diskurs ist keine ideale und zeitlose Form, die obendrein eine Geschichte hätte. (Ebd., S. 170)

In diesem Verständnis referiert der Begriff ‚Diskurs‘ nicht auf Sprache oder Sprachgebrauch, sondern auf Formen der Bedeutungsorganisation, die oft, wenn auch nicht ausschließlich, durch Sprache realisiert werden. Die determinierenden Elemente des Diskurses bilden Macht- und Wissensformationen. „Discourses are about the creation and limitation of possibilities, they are systems of power/knowledge [...] within which we take up subject positions“ (Pennycook 1994, S. 128). Einzelne Subjekte sind hinsichtlich Macht, Status, Wissen und berechtigtem Handlungsspielraum im jeweiligen Diskurs positioniert (vgl. Foucault 1973; Deppermann 2015b, S. 371). Daraus folgt, dass das Selbst sowie die soziale Formation an sich durch die den Diskurs bildenden Aussagen (also die wissensbildenden Elemente) determiniert sind, in dem Sinne, dass sich der Gegenstand und das Sprechen über den Gegenstand reziprok aufeinander beziehen. Das Subjekt ist diskursiv präformiert, dadurch, dass es eine bestimmte Subjektposition einnimmt sowie dadurch, dass es zugleich Objekt eines oder mehrerer Diskurse sein kann. Dieser Prozess ist nicht zwangsläufig repressiv, sondern spiegelt eine gesellschaftliche und historisch gewachsene Macht- und Ressourcenverteilung wider (vgl. Foucault

⁷ Neben dem sozialpsychologischen Positionierungsansatz fand der Terminus Anwendung innerhalb der Werbekommunikation (vor allem Ries/Trout 1986) und bezeichnet heute eine erfolgreiche Marketingstrategie.

⁸ Dabei nutzt Foucault einen anderen Aussagenbegriff, der sich von der gängigen linguistischen Verwendung deutlich unterscheidet. Ihn interessieren „die Aussagen nicht in ihrer Erscheinungsform als verbale Äußerungen oder linguistisch definierte Zeichenfolge, sondern ausschließlich als Wissenssegmente, als Teil eines das Wissen und die damit zusammenhängende diskursive und nicht-diskursive Praxis strukturierenden und ermöglichenden Formationssystems“ (Busse 1987, S. 224). Foucault betont dabei stets, dass ‚Aussage‘ und ‚Äußerung‘ voneinander abzugrenzen sind, was er hauptsächlich am Kriterium der Wiederholbarkeit festmacht: Während eine Aussage unter strengen Bedingungen wiederholt werden kann, kann eine Äußerung dies nicht, denn sie ist „ein Ereignis, das sich nicht wiederholt; es hat seine Besonderheit, die festgelegt und datiert ist und die man nicht reduzieren kann“ (Foucault 1973, S. 148).

1973). Foucault (ebd., S. 285) betont, er habe „das Problem des Subjekts nicht ausschließen wollen, sondern die Positionen und Funktionen definieren wollen, die das Subjekt in der Verschiedenheit der Diskurse einnehmen konnte“.

An diesen Aspekt der Subjektpositionen knüpft Hollway (1984) mit ihrer sozialpsychologischen Untersuchung zur Konstruktion von (genderspezifischer) Subjektivität (*subjectivity*)⁹ in heterosexuellen Beziehungen an. Sie nimmt dem Foucault'schen Diskursbegriff folgend bestimmte genderspezifische Diskurse an, die jeweils spezifische Positionen für Männer und Frauen mit sich bringen: „[S]everal coexisting and potentially contradictory discourses concerning sexuality make available different positions and different powers for men and women“ (ebd., S. 230).¹⁰ Sie geht von einer grundlegenden Reziprozität von Selbst- und Fremdpositionierung aus, wobei Männer und Frauen durch die Aussagen, die ein bestimmter Diskurs zur Verfügung stellt, zueinander in Beziehung gesetzt werden (ebd., S. 236). Zugleich verhalten sich Diskurs und Positionen reflexiv zueinander:

Because discourses do not exist independently of their re-production through the practices and meanings of particular women and men, we must account for changes in the dominance of certain discourses, and the development of new ones [...] by taking account of men's and women's subjectivity. (Ebd.)

Hollway zeigt auf, dass diese Positionen in der Interaktion entsprechend eingenommen werden, obwohl sie teilweise für sexistische und vorurteilsbehaftete Stereotypen stehen. Welche Position von einem Individuum eingenommen wird, unterliegt in Hollways Ansatz zum einen der jeweiligen individuellen Geschichte um die rekursive Positionierung in bestimmten Diskursen. Zum anderen ist es eine Frage der Involvierung (*investment*). Der Terminus *investment* referiert in erster Linie auf die (positiven) Auswirkungen („some satisfaction or pay-off or reward“, ebd., S. 238), die die Einnahme einer Position für ein Individuum haben kann – „in other words, which powers they seek and which desires and fears [...] are suppressed“ (Deppermann 2015b, S. 372).¹¹ Hollway gewinnt ihre Erkenntnisse aus der Untersuchung nicht-vorstrukturierter, offener biografischer Interviews. Sie beschreibt die Positionierungsverfahren innerhalb dieser oft narrativen Sequenzen, ohne dies allerdings spezifisch methodologisch mit der Narratologie zu verknüpfen (vgl. auch ebd., S. 372).

⁹ Subjektivität meint hier „our conscious or unconscious sense of self as mediated through symbolic forms. It is the symbolic meaning we give to ourselves, our perceptions, reactions, and thoughts, that orients our relationship to others. [...] Our subjectivity is constituted and shaped in interaction with our environment through the discourse of others – a subjectivity-in-process“ (Kramsch 2013, S. 5431).

¹⁰ Die von ihr identifizierten Diskurse sind „the male sexual drive discourse; the have/hold discourse; and the permissive discourse“ (Hollway 1984, S. 231).

¹¹ Im Vergleich zum Foucault'schen Ansatz der Subjektpositionen ist hier eine stärkere Ausrichtung auf das Subjekt als Entität erkennbar, in dem Sinne, dass es zumindest darüber entscheiden kann, die diskursiv zugewiesene Position anzunehmen.