

Inhalt

1. Einleitung	9
1.1 Problemstellung.....	9
1.2 Zielsetzung und Vorgehensweise.....	11
2. Forschungsgegenstand: Agency.....	13
2.1 Forschungsstand	13
2.1.1 Agency allgemein	13
2.1.2 Agency in der Linguistik	22
2.1.2.1 Agencyrelevante Aspekte aus grammatisch-syntaktischer Perspektive	22
2.1.2.2 Agencyrelevante Aspekte aus semantischer Perspektive	27
2.1.2.3 Agencyrelevante Aspekte aus pragmatischer Perspektive.....	40
2.1.2.4 Zusammenfassung.....	44
2.2 Forschungsleitende Fragestellung	45
3. Grundlagen	57
3.1 Analysemethode: Ethnomethodologische Konversationsanalyse	57
3.2 Interaktionale Linguistik	64
3.3 Handlungsschemakonzept.....	67
3.3.1 Das Handlungsmuster nach Ehlich/Rehbein	67
3.3.2 Das Handlungsschema nach Kallmeyer	70
3.4 Forschungskontext Arzt-Patient-Kommunikation	72
3.4.1 Besonderheiten institutioneller Kommunikation	72
3.4.2 Gesprächstyp Arzt-Patient-Kommunikation	74

3.5 Linguistisches Erkenntnisinteresse	
medizinischer Kommunikation	85
3.6 Datenkorpus	87
4. Empirische Untersuchungen	91
4.1 Fallanalyse	91
4.2 Systematische Ausdeutung	109
4.3 EXKURS: Die Pro-Drop-Sprache	115
4.3.1 Begriffsklärung	115
4.3.2 Subjektlosigkeit der koreanischen Sprache	116
4.3.3 Agency und Pro-drop	119
4.4 Systematische Analysen	120
4.4.1 Konstellationstyp A	121
4.4.2 Konstellationstyp B	132
4.4.3 Konstellationstyp C	145
4.4.4 Konstellationstyp D	154
4.4.5 Konstellationstyp E	170
4.4.6 Konstellationstyp F	179
4.4.7 Konstellationstypen G und H	192
5. Systematisierung der Befunde	195
5.1 Agency auf der Darstellungsebene	195
5.1.1 Pronomina	196
5.1.2 Sonstige Merkmale passiver Agency	
auf der Darstellungsebene	205
5.2 Agency auf der gesprächsorganisatorischen Ebene	213
5.3 Agency auf der interaktionstypologischen Ebene	224
5.3.1 Rollenverteilung	224
5.3.2 Handlungsaufgaben	232
6. Diskussion und Ausblick	241
Literaturverzeichnis	247
Anhang	267