

Robert Reinecke

Die interaktive Hervorbringung von Kreativität

Eine interaktionslinguistische Perspektive
auf Kreativität in Werbeagenturen

Sprache in Kommunikation
und Medien

SKM
Band 17



PETER LANG

Im Zeitalter der digitalen Automatisierung wird Kreativität die Gesellschaft von morgen entscheidend gestalten. Dennoch sind empirische Ansätze, welche die tagtägliche Herbeiführung, Verhandlung und Förderung von Kreativität untersuchen, bislang rar. Dieses Buch liefert einen interaktionslinguistischen Beitrag zum Phänomen der Kreativität und bildet die Analyse von über 550 Stunden Videomaterial von nicht elizitierten, kollaborativen Konstellationen in Werbeagenturen ab. Der Autor entwickelt in seiner Studie eine induktive, interaktionslinguistisch anschlussfähige Definition von Kreativität sowie ein makrostrukturelles Modell der Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesse von Kreativität. Dadurch ermöglicht das Buch nicht nur einen einzigartigen Einblick in die Prozesse der Kreativwirtschaft, sondern bietet durch seinen in der multimodalen Interaktionsanalyse verorteten methodischen Zugang auch zahlreiche Anknüpfungspunkte für weitere Forschungsvorhaben.

Robert Reinecke hat in Zürich und Berlin Deutsche Sprach- und Literaturwissenschaften, Medienwissenschaften sowie Philosophie studiert. Er war HPSL-Stipendiat an der Universität Basel und promovierte dort in angewandter Linguistik.



Die interaktive Hervorbringung von Kreativität

Sprache in Kommunikation und Medien

Band 17

Herausgegeben von / Edited by
Ulla Kleinberger, Martin Luginbühl & Franc Wagner



PETER LANG

Lausanne · Berlin · Bruxelles · Chennai · New York · Oxford

Robert Reinecke

Die interaktive Hervorbringung von Kreativität

Eine interaktionslinguistische Perspektive
auf Kreativität in Werbeagenturen

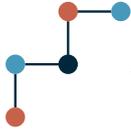


PETER LANG

Lausanne · Berlin · Bruxelles · Chennai · New York · Oxford

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.



Schweizerischer Nationalfonds

Publiziert mit Unterstützung des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung.

ISSN 1662-1840 br.

ISBN 978-3-0343-4771-6

E-ISBN 978-3-0343-4787-7 (E-PDF)

E-ISBN 978-3-0343-4788-4 (EPUB)

DOI 10.3726/b21330

PETER LANG



Open Access: Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 Internationalen Lizenz (CC-BY)
Weitere Informationen: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

© Robert Reinecke 2024

2024 Peter Lang Group AG, Lausanne

Verlegt durch: Group AG, Lausanne, Schweiz

info@peterlang.com <http://www.peterlang.com>

„Most of the work on linguistic creativity to date has, not surprisingly, focused primarily on language, without sufficient attention to the bodies that produce it and the bodies that hear it.“

(Jones 2018: 83)

Danksagung

Unzählige Menschen haben zum Gelingen der vorliegenden Dissertationschrift beigetragen, einige mit gutem Zuspruch, andere durch das Schaffen von Räumen, in denen diese Arbeit geschrieben werden konnte, viele durch ihr Verständnis, ihre Geduldssamkeit und ihr Wohlwollen. In einer Zeit, die von widrigen Umständen und der Auseinandersetzung mit vergangenen Interaktionen auf Video geprägt war, bedeutete dies unendlich viel.

Ich möchte mich zuallererst bei Prof. Dr. Martin Luginbühl (Universität Basel) und Prof. Dr. Heiko Hausendorf (Universität Zürich) bedanken, ohne deren Betreuung, motivierenden Anregungen, hilfreichen Zu- und Widerspruch und stets konstruktive Kritik die vorliegende Dissertationschrift weder ihren Anfang, noch ihr Ende gefunden hätte. Im gleichen Zuge möchte ich allen Beteiligten danken, die mir im Rahmen des internationalen Doktoratprogramms „Hermann Paul School of Linguistics“ (HPSL) Basel – Freiburg i. Br. mein Dissertationsvorhaben nicht nur zugetraut, sondern durch ein Stipendium überhaupt erst ermöglicht haben. Vertraut haben mir zudem die Mitarbeitenden zweier international agierender Werbeagenturen, denen ich von ganzem Herzen für ihre Einwilligung und insbesondere dafür danken möchte, diese Schrift mit Interaktionen gefüllt zu haben.

Zum Gelingen der vorliegenden Arbeit beigetragen haben viele Kolleg_innen, die ich während meiner Anstellung an der Universität Basel kennen lernen durfte und die mich stets aufs Neue inspiriert, ermutigt und bestärkt haben. Dies waren unter anderem Sarah Faidt, Judith Kreuz, Vera Mundwiler, Charlotte Odermatt, Ina Pick, Anna Püntener, Claudio Scarvaglieri, Tobias von Waldkirch, Mirjam Weder und Gary Wetz. Ein ganz besonderer Dank gilt den Mitgliedern der von Aline Bieri und Joelle Löw gegründeten HPSL-Gruppe, zu denen nebst Aline und Joelle auch Ilenia, Marta, Sarah, Simona, Tobi, Yeji und Philipp Dankel gehörten. In einer von Einzelarbeit geprägten Zeit war diese Gruppe ein unschätzbare Halt. Ein ausserordentlicher Dank gilt auch den Studierenden, die ich in meiner Zeit an der Universität Basel begleiten durfte. In ihnen eine Begeisterung für Linguistik wecken zu dürfen, hat mir immer wieder vor Augen geführt, wie erfüllend der Umgang mit Sprache sein kann.

Für ihr unermüdliches Verständnis, die emotionale Unterstützung und ihre liebevollen Ratschläge gebührt der grösste Dank meinen Freund_innen und meiner Familie. Ihnen ist diese Arbeit gewidmet.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	13
1.1. Fragestellungen und Aufbau der Studie	15
2. Multimodale Interaktionsanalyse als grundlegende Heuristik	17
2.1. Prämissen der multimodalen Interaktionsanalyse	18
2.2. Das komplexe Verhältnis von Theorie und Empirie	25
3. Die Datengrundlage und ihre Implikationen	29
3.1. Zugang zum Forschungsfeld	32
3.2. Limitierungen und Implikationen der Datengrundlage	35
3.3. Datenerhebung „Terry“	37
3.4. Raumanalyse „Terry“	39
3.4.1. Entgrenzende Grenzen	44
3.4.2. Zwischen Präsentation und Repräsentation	46
3.4.3. Erholung und dysfunktionale Arbeitsflächen	48
3.4.4. Kreativraum als Sediment impliziter Kreativitätsvorstellungen	53
3.5. Datenerhebung „Athene“	55
3.6. Raumanalyse „Athene“	58
3.6.1. Aufenthaltsbereich der Werbeagentur „Athene“	59
3.6.2. Bürobereich der Kreativabteilung der Werbeagentur „Athene“	62
3.6.3. Büro der Creative Directors	66
3.6.4. Gestaltete Kontraste und inszenierte Zufälligkeiten	69
4. Kreativität – Ein interdisziplinärer Überblick	73
4.1. Psychologische Perspektiven auf Kreativität	75
4.1.1. Die individualistische Perspektive	77
4.1.2. Die soziokulturelle Perspektive	80
4.1.3. Die kulturpsychologische Perspektive	84
4.2. Soziologische Perspektiven auf Kreativität	87
4.3. Philosophische Perspektiven auf Kreativität	90

4.4. Linguistische Perspektiven auf Kreativität	93
4.4.1. Kreativität ist sprachlicher Alltag	94
4.4.2. Kreativität ist metaphorisch	100
4.5. Das Neue	103
4.5.1. Das werblich Neue als wirtschaftliches Gut	105
4.5.2. Das werblich Neue als ästhetisches Gut	107
5. Arbeitsheuristische Definition von Kreativität	111
5.1. Kreativität ist neu	111
5.2. Kreativität ist zeitgebunden	113
5.3. Kreativität ist ein Prozess	113
5.4. Kreativität ist wertend	115
5.5. Kreativität ist interaktiv	116
5.6. Eine interaktionslinguistische Kreativitätsdefinition	118
6. Analyse	119
6.1. Modell	126
6.2. Schlüsselsequenz Newspaper	134
6.3. Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses	136
6.3.1. Übergang zu geplanten, zeitlich fixierte Austauschsequenzen	139
6.3.1.1. Schlüsselsequenz	139
6.3.1.2. Referenz auf geteilte Wissensbestände	149
6.3.1.3. Vorbesprechung – Elizitieren von Bewertungen	155
6.3.2. Übergang zu ungeplanten, zeitlich nicht fixierten Austauschsequenzen	161
6.3.2.1. Brainstorm – Referenz auf im Feld etablierte Kreativtechnik	162
6.3.2.2. Gescheiterter Übergang – Begründungspflicht	166
6.4. Präsentationssequenzen	177
6.4.1. Schlüsselsequenz – Der Typ und die Kamera	179
6.4.2. Räumliche Überlagerung und Etablierung mentaler Ressourcen	195
6.4.2.1. Schlüsselsequenz – ein möglicher Film	196

6.4.2.2. Räumliche Überlagerung beim Kaffeekränzchen	206
6.4.3. Selbstevaluative Sequenzen	219
6.4.3.1. Verbale Selbstevaluierungen der Hervorbringungen	220
6.4.3.2. Körperliche Selbstevaluierungen der Hervorbringungen	231
6.5. Bewertungssequenzen	240
6.5.1. Schlüsselsequenz	244
6.5.2. Bewertungen, die Weiterentwicklungssequenzen erwartbar machen	254
6.5.2.1. Süß, aber es zündet noch nicht.	255
6.5.2.2. Vom Regieaspekt her	262
6.5.2.3. Eine Frage der Abfolge	272
6.5.3. Bewertungen, die eine spätere Weiterentwicklung erwartbar machen	274
6.5.4. Bewertungen, die zum Ausschluss der Hervorbringung führen	284
6.5.4.1. Nicht neu.	285
6.5.4.2. Nicht passend; Falsch, hart, zu normal, zu Werbung.	290
6.5.5. Weiterentwicklung	299
6.5.5.1. Schlüsselsequenz	301
6.5.5.2. Schlüsselsequenz, sekundäre Weiterentwicklung	313
6.5.5.3. Kaffeekränzchen, primäre Weiterentwicklung	318
6.6. Konsensmarkierung	325
6.6.1. Schlüsselsequenz – Abweichung vom Normalfall	327
6.6.2. Konsensmarkierung am Ende der Austauschsequenzen	337
6.7. Weiterführende Handlungsimplicationen	347
6.7.1. Schlüsselsequenz	349
6.7.2. Vagheit oder die inhärente Dialektik des Kreativen	356

7. Kreativität im Kontext	367
7.1. Rückbindung der Kreativitätsdefinition	368
7.2. Rückbindung des Modells und der mikroanalytischen Befunde	376
7.3. Perspektiven	383
I. Literaturverzeichnis	385
II. Abbildungsverzeichnis	421
III. Tabellenverzeichnis	425
IV. Transkriptverzeichnis	427
V. Einverständniserklärung	429

1. Einleitung

Die vorliegende Studie nahm ihren Ursprung in einer arbeitsbedingten Führung durch die Büroräumlichkeiten einer Werbeagentur, während welcher in derselben Beiläufigkeit, in der zuvor auf den Standort der Kaffeemaschine und der Druckerstationen hingewiesen worden war, ein sogenannter „Kreativraum“ vorgestellt wurde. Dieser Raum, der seine Affordanz (Gibson 1979: 127) bereits in seiner Bezeichnung zu tragen schien, war Ausgangspunkt vieler Anfragen, Abklärungen und Verhandlungen, die schliesslich zu Vorgesprächen, Einverständniserklärungen, wochenlangen Datenerhebungsphasen, nachträglichem Rückzug der Einverständniserklärungen, Datenlöschungen und erneuten Datenerhebungsphasen führten. Am Ende dieses Prozesses standen drei Festplatten mit über 550 Stunden Videomaterial, (digitale) Bücherwände an Literatur zu Kreativität und die Vision, darauf basierend einen interaktionslinguistischen Zugang zum Phänomen der Kreativität entlang nicht-elizierter authentischer Videoaufzeichnungen der *creative economy* aufzeigen zu wollen.

Denn Kreativität – und das zeigt nicht zuletzt die enorme Breite der (inter-)disziplinären Forschungszugänge zu diesem Thema – definiert die heutige Gesellschaft in zunehmendem Masse (Popitz 2000, Florida 2002, Reckwitz 2014, 2016). Und obgleich in der wissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Debatte ein Konsens darüber besteht, dass *Kreativität* im Zeitalter der digitalen Automatisierung „[...] die wissensbasierte Gesellschaft von morgen entscheidend gestalten [...]“ (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) 2000: 3) wird, sind empirische Ansätze, welche die tagtägliche Herstellung, Verhandlung und Förderung (vgl. hierzu auch OECD 2019) von Kreativität in ebendieser Gesellschaft untersuchen, bislang rar (Carter 2004: 212). Dies gilt in besonderem Masse für Bereiche, in welchen kreative Hervorbringungen kollaborativ erzeugt werden (Mumford 2003: 117, Sawyer 2012: 141), obgleich sowohl die methodologische als auch die technische Basis für eine Untersuchung solcher Konstellationen im Zuge multimodaler, auf Videodaten basierender Analysen verfügbar wäre.

Die vorliegende Studie will daher in ihrem Kern einen interaktionslinguistischen Zugang aufzeigen, der empirisch nicht elizierte

Arbeitsalltagskonstellationen jener ökonomischen Bereiche zu erfassen vermag, welche systematisch erarbeitete, kreative Hervorbringungen zu ihrem Geschäft gemacht haben. Um diesen Zugang zu erarbeiten, sind, abgesehen vom methodologischen Rahmen, zwei Elemente zentral: Eine genaue Dokumentation ebenjener Arbeitsalltagskonstellationen und ein Verständnis davon, was unter dem Begriff Kreativität gefasst werden kann.

Um den ersten Punkt zu bewerkstelligen, wurden im Rahmen des von der Hermann Paul School of Linguistics geförderten Dissertations-Projekts über 550 Stunden Videodaten (Kapitel 3) von Interaktionen in Büro-, Aufenthalts- und Kreativräumen, also eigens zur Kreativitätsförderung geschaffenen Raumstrukturen, zweier international agierender Werbeagenturen (Kapitel 3.3 und 3.5) in der Schweiz erhoben. Damit ein erkenntnisgleiteter Ausgangspunkt für die Eruierung der situierten *accomplishments* (Garfinkel 1967: 1) der sozialen Ordnungsbildung innerhalb der im Korpus abgebildeten Kreativwirtschaft verortet werden konnte – also um diejenigen Sequenzen eruieren zu können, in denen Hervorbringungen von den Interaktionsteilnehmer_innen als *kreativ* markiert werden und die unter Zuhilfenahme einer multimodal ausgerichteten Interaktionsanalyse (Kapitel 2) unter Berücksichtigung der räumlichen Komponente (Kapitel 3.4 und 3.6) ausgewertet werden können, musste darüber hinaus ein interaktionslinguistisch anknüpfbarer Kreativitätsbegriff erarbeitet werden. Dazu wurde auf der Grundlage einer disziplinenübergreifenden Recherche (Kapitel 4) eine arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition (siehe Kapitel 5) entwickelt, welche als Ausgangspunkt eines heuristischen Zirkels zur Eruierung der für die Analyse (Kapitel 6) relevanten Sequenzen diente und iterativ mit diesen rückgekoppelt wurde.

Die vorliegende Studie versteht sich daher in dreierlei Hinsicht als Beitrag zur aktuellen Kreativitätsdebatte. Erstens zeigt sie auf, dass ein interaktionslinguistischer Zugang das Methodenrepertoire der Kreativitätsforschung um ein wertvolles analytisches Werkzeug erweitert. Zweitens wird im Zuge dieses Nachweises ein Schlaglicht darauf geworfen, wie die Interaktionsteilnehmenden der untersuchten „creative economy“ (Howkins 2002) durch differenzierten Einsatz verbal-strukturierender (Goodwin 1980, Goffman 1981, Atkinson/Heritage 1984, Sacks 1984b, 1998b, Schegloff 2000, 2007b, Gülich/Mondada 2008), gestischer (Streeck 1993, McNeill 1995, Kendon 2004, Fricke 2007, Stukenbrock 2015, 2020), körperlicher (Goodwin 1984, Mondada 2012a, Stukenbrock 2012b) und räumlicher (Lebaron/Streeck 1997, Hausendorf 2010, Hausendorf et al. 2012a, Auer et al. 2013,

Hausendorf/Schmitt 2013, Stukenbrock 2013) Ressourcen wiederkehrend Überraschendes, Neues und Einzigartiges hervorzubringen vermögen. Über das daraus resultierende vertiefte Verständnis ebendieser Abläufe, welches in Form eines Modells abstrahiert dargestellt wird (Kapitel 6.1), schlägt diese Studie drittens eine interaktionslinguistische Definition von Kreativität vor, welche sich sowohl aus der interdisziplinären Forschungsliteratur und der Datenbasis speist (Kapitel 5.6) und Anknüpfungspunkte an den Forschungsdiskurs bietet, als auch eine Basis für nachfolgende interaktionslinguistische Untersuchungen bilden kann (Kapitel 7.1).

1.1. Fragestellungen und Aufbau der Studie

Die vorliegende Dissertationsschrift versteht sich als interaktionslinguistischer Beitrag zur aktuellen Kreativitätsdebatte und wirft dergestalt ein Schlaglicht auf die untersuchte Kreativindustrie (Caves 2000, Florida 2002, Krämer 2014, Reckwitz 2014: 10, Krämer 2015, 2017). Aus diesem Vorhaben ergeben sich zwei zentrale Leitfragen, welche die Ziele und Ansprüche dieser Studie widerspiegeln:

- I. Wie lässt sich der Begriff der Kreativität interaktionslinguistisch anschlussfähig definieren?

Es existieren unzählige Definitionen von *Kreativität*, die sich sowohl inter- als auch intradisziplinär in wesentlichen Punkten unterscheiden (Mayer 2007: 451). Eine interaktionslinguistisch anschlussfähige Definition ist jedoch bis dato nicht vorhanden – obgleich schon vor Jahren darauf hingewiesen wurde, dass „[. . .] today more than ever, the most important forms of creativity in our culture [. . .] are joint cooperative activities of complex networks of skilled individuals.“ (Sawyer 2012: 212) In einem ersten Teil der vorliegenden Arbeit wird daher eine Definitionsgrundlage des Kreativen konzipiert, welche die mehrfach als relevant bezeichneten multimodal realisierten Verständigungsmechanismen (Feldman et al. 1994a: 37, Carter 2004: 212, Abels 2009: 105, Swann et al. 2011: XXVII) der Ver- und Aus handlung kreativer Hervorbringungen (Weisberg 2006: 62f.) ins Zentrum stellt (Kapitel 5).

- II. Wie werden kreative Hervorbringungen in den untersuchten Werbeagenturen interaktiv als solche verhandelt?

Um einerseits die Kreativitätsdefinition entlang der Datengrundlage iterativ zu verdichten (Schmidt 2012) und andererseits die in diesem Zuge eruierten Sequenzen auf ihre Regelhaftigkeit hin zu befragen, wie „[. . .] diese ästhetisch ansprechenden, innovativen Produkte [durch die] *creative industries* [. . .]“ (Reckwitz 2014: 11) kontinuierlich und wiederkehrend bereitgestellt werden, werden entlang mikroanalytischer, multimodaler Interaktionsanalysen die Aus- und Verhandlungen in ihrem praktischen Vollzug nachgezeichnet (Kapitel 6). Diese mikroanalytischen Befunde werden darüber hinaus unter Berücksichtigung ihrer Sequenzialität in ein Modell (Kapitel 6.1) überführt, welches abstrahiert darstellt, wie Interaktionsteilnehmende im erhobenen und auf Basis der Arbeitsheuristik selektierten Datenmaterial die Hervorbringung von Kreativität interaktiv stets aufs Neue bewerkstelligen.

2. Multimodale Interaktionsanalyse als grundlegende Heuristik

Die vorliegende Arbeit versteht sich als interaktionslinguistischer Beitrag zum Phänomen der Kreativität und nähert sich dem Forschungsgegenstand mittels der multimodalen Interaktionsanalyse (Hindmarsh/Heath 2000, Norris 2004, Schmitt 2005, Stivers/Sidnell 2005, Schmitt 2006, Deppermann/Schmitt 2007, Mondada/Schmitt 2010a, Schmitt/Deppermann 2010, Hausendorf et al. 2012a, Mondada 2013a, 2014, 2016c). Obgleich die multimodale Interaktionsanalyse ein methodisches Repertoire bereithält, das sich über die letzten Jahre zu einem kohärenten und sequenziell strukturierten Analysewerkzeug (Deppermann 2008: 9) entwickelt hat (vgl. Brinker et al. 2001), verortet sich die vorliegende Studie in ihrer Vorgehensweise dennoch in einem sich stetig erweiternden interdisziplinären Feld, welches Theorie, Methodologie und Empirie nicht als unidirektional wirkende Faktoren versteht, sondern als sich stets gegenseitig bedingende, miteinander verschränkte und hierarchiegleiche Welten (Schmidt 2012). Die interaktionsanalytische Betrachtung wird dementsprechend konsequent an Erklärungsansätze zurückgebunden, die sich fortlaufend erweitern, um nicht nur die Analyse selbst, sondern auch das interchargierende Verhältnis zwischen Analyse, Kreativitätsdefinition (Kapitel 5) und Modellbildung (Kapitel 6.1) sichtbar und transparent zu gestalten. Gleichwohl, und auch dies soll der nachfolgende Überblick aufzeigen, operiert die vorliegende Studie nicht im luftleeren Raum, sondern bedient sich bei der Analyse des „Werkzeugkastens“ (Deppermann 2008: 9) der multimodalen Interaktionsanalyse, welcher auf einer über 50-jährigen Forschungstradition fusst und „Einsichten über Sprache in Interaktion“ (Hausendorf 2015: 44) hervorgebracht hat, auf denen diese Studie aufbaut.

Im Folgenden werden in einem ersten Schritt die Grundannahmen der multimodalen Interaktionsanalyse und der daraus resultierenden methodischen und analytischen Implikationen dargelegt (Kapitel 2.1). Im darauffolgenden Unterkapitel wird das oben angesprochene interchargierende Verhältnis von Theorie und Empirie diskutiert sowie die strukturierte Rückbindung der Analyseergebnisse an die Modellbildung formalisiert

(Kapitel 2.2). In einem letzten Schritt werden das Forschungsdesign, der analytische Fokus der Studie sowie die Datenstruktur und deren Aufarbeitung beschrieben (Kapitel 3).

2.1. Prämissen der multimodalen Interaktionsanalyse

Die in der vorliegenden Arbeit analytisch-rahmenstiftende multimodale Interaktionsanalyse (Norris 2004, Schmitt 2005, Stivers/Sidnell 2005, Schmitt 2006, Deppermann/Schmitt 2007, Hausendorf 2010, Heath et al. 2010, Mondada/Schmitt 2010a, Stukenbrock 2010, 2012b, Sidnell/Stivers 2013, Stukenbrock 2009, Mondada 2011, 2012a, 2013a, Haddington et al. 2014, Hausendorf 2015, Mondada 2016a, Wildfeuer et al. 2020) wurzelt in der ethnomethodologischen Konversationsanalyse¹, welche ihrerseits an Grundannahmen der klassischen soziologischen Untersuchungen Garfinkels (1967) anknüpft, durch welche Alltagsinteraktionen erstmals systematisch ohne theoretische Vorannahmen ins analytisch-soziologische Bewusstsein gerückt wurden. Für die von Garfinkel begründete Ethnomethodologie² steht „[. . .] the investigation of the rational properties of indexical expressions

- 1 Hausendorf (2015: 45) verweist darauf, dass die fachgeschichtliche Entwicklung keineswegs so geradlinig sei, wie sie hier dargestellt wird, sondern dass die interaktionslinguistischen Wurzeln im Unterschied zur Konversationsanalyse nicht bei Garfinkel (1967) zu verorten seien, sondern „[d]ie Tradition weiter zurück [. . .]“ reiche und den Prämissen Goffmans (1961, 1981) folge. Den grundsätzlichen Unterschied sieht Hausendorf (2015: 45–51) in der Gegenstandskonstitution verorten; die Interaktionslinguistik setzt laut ihm die Wahrnehmungswahrnehmung als Konstitutionskriterium für das Zustandekommen für Interaktionen (als Bedingung, sowie als Teil davon, vgl. Hausendorf 2015: 47). Die vorliegende Arbeit folgt dieser Prämisse und lässt sich dementsprechend als empirische, interaktionslinguistische Studie (im Hausendorf'schen Sinne) fassen.
- 2 Wie Gülich/Mondada (2008: 13f) herausarbeiten, verweist schon das Kompositum der *Ethno-Methodologie* auf die programmatische Ausrichtung der durch und in ihr formulierten Theorie und Methodologie; das Präfix *Ethno-* markiert die soziologische Fokussierung auf soziale Konstitutionen (respektive die Gesellschaft als solche), der Begriff der *Methodologie* auf die Methoden, welche die Mitglieder einer Gesellschaft anwenden, um ihre Handlungen *accountable* zu gestalten.

and other practical actions as contingent ongoing accomplishments of organized artful practices of everyday life [. . .]“ (ebd.: 11) im Zentrum – also die Frage, wie Interaktionsbeteiligte Alltagssituationen ordnen, strukturieren und dadurch stets aufs Neue wieder hervorbringen.

Primär auf sprachliche Interaktionen respektive Transkripte derselben gestützt, konnte Garfinkel aufzeigen, dass Interaktionsbeteiligte permanent die aktuelle Situation wahrnehmen, sie interpretieren und anderen Interaktionsbeteiligten ihre Interpretation durch ihr und mit ihrem Handeln mitteilen (ebd.: 1). In diesem ununterbrochenen Prozess von „looking-and-telling“ (ebd.) stellen die Interaktionsbeteiligten eine Ordnung des sozialen Alltags im Sinne einer Vollzugswirklichkeit (*accomplishment*) her – und machen Beobachtenden sowohl die einzelnen Vollzugspraktiken der sozialen Ordnung als auch die soziale Ordnung³ an sich partiell zugänglich, indem sie den anderen Beteiligten ihre jeweiligen Situationserklärungen durch ihr Handeln offenlegen (*accountable* gestalten, ebd.). Während sich die soziologisch orientierte Ethnomethodologie weitestgehend auf teilnehmende Beobachtungen und *breaching experiments* (Hutchby/Wooffitt 2008: 28f) fokussierte, begann die klassische Konversationsanalyse primär „[. . .] die Gesprächspraktiken, mit denen die Gesprächsteilnehmer Gesprächsaufgaben, Probleme und Ziele unterschiedlichster Art und auf verschiedenen Ebenen der Interaktionskonstitution bearbeiten“ (Deppermann 2008: 9) in den Fokus der Analyse zu rücken.

Die ethnomethodologischen Grundannahmen bezüglich der Ordnung des sozialen Alltags wurden durch die sich etablierende Konversationsanalyse der 60er und 70er Jahre mit Sacks (1998b), Sudnow (1972) Schegloff (1968, 1986), Sacks et al. (1974) für sprachliche Interaktionen konkretisiert und unter dem Paradigma des „order at all points“ (Sacks 1984a: 22) als sinnstiftendes Analysemerkmal auf den Punkt gebracht. Die Prämisse, dass nicht nur die einzelnen Gesprächsbeiträge oder semantisch vielschichtige Wörter, sondern beispielsweise auch Pausen (Goodwin 1980, Schmitt 2004, Maroni et al. 2008), Intonationskurven oder Verzögerungssignale (Ayaß 2008, Gülich/Mondada 2008, Birkner et al. 2020) bei der Herstellung von interaktiver Ordnung einen ebenbürtigen Stellenwert haben, ermöglichte einen systematischen Nachvollzug der Sequenzialität interaktiver Ordnungen auf primär auditiver Ebene. Letzteres war den technischen Gegebenheiten der

3 Im Sinne einer „open-ended reference to any kind of sense-making procedure“ (Heritage 1984: 5).

damaligen Zeit geschuldet. Der programmatische Anspruch, dass „no order of detail can be dismissed, a priori, as disorderly, accidental or irrelevant“ (Heritage 1984: 241) führte zu detailreichen, mikroanalytisch orientierten Analysen einzelner Phänomene, die innerhalb von konkreten Gesprächssituationen, aber auch komparativ über verschiedene Gesprächskontexte hinaus nachvollzogen werden konnten.

Eine zentrale Erkenntnis, die entlang der minutiösen Aufarbeitungen gesprächskonstitutiver Ordnungspraktiken erarbeitet wurde und in direkten Zusammenhang mit den Grundannahmen der Ethnomethodologie steht, umfasste den doppelten Kontext, in dem sich jede Form von Äußerung in Gesprächen bewegt: Sinn und Sinnhaftigkeit lassen sich aus Perspektive der Konversationsanalyse nicht als immanente Eigenschaften von einzelnen Äußerungen fassen, sondern sind vielmehr – um in der Terminologie der Ethnomethodologie zu bleiben – indexikalisch. Die Indexikalität (Garfinkel 1967: 40) beschreibt die Hervorbringung von Ordnung durch den Verweis auf vorgängige Ordnungen, da jedes Detail in Interaktionen von den Interaktionsteilnehmenden und somit auch von den Beobachtenden in „[. . .] einem vergangenen, sinnhaften Kontext, auf den sie [die Äußerung] sich implizit bezieht, und in einem aktuellen, in dem sie Sinn produzieren soll.“ (Abels 2009: 100) verstanden werden muss.

Die oben dargelegten Prämissen der Konversationsanalyse werden in der vorliegenden Studie durch eine weitere, implikationsreiche Annahme erweitert. Interaktion wird in der vorliegenden Studie nicht nur als Austausch von sprachlichen Äußerungen verstanden, sondern unter dem Paradigma der ‚Multimodalität‘ verhandelt, wodurch den konzeptionellen Entwicklungen des analytischen Repertoires der Ethnomethodologie, welche spätestens durch die Verschiebung der Perspektive (Garfinkel/Rawls 2002, aber auch Mondada 2012b) auch in die moderne Konversationsanalyse Eingang gefunden hat, Rechnung getragen wird. Der in der vorliegenden Arbeit verfolgte Ansatz der *multimodalen Interaktionsanalyse* (Norris 2004, Schmitt 2005, Stivers/Sidnell 2005, Schmitt 2006, Deppermann/Schmitt 2007, Mondada/Schmitt 2010a, Schmitt/Deppermann 2010, Hausendorf et al. 2012a, Mondada 2014, 2016c, Norris 2016, Wildfeuer et al. 2020) teilt zwar die oben angeführten Grundsatzüberlegungen der klassischen Ethnomethodologie und der von ihr inspirierten klassischen Konversationsanalyse, lässt aber das Primat des Verbalen hinter sich und betrachtet „[. . .] alle Ausdrucksressourcen im Prinzip als gleichwertig [. . .], Verbalität erscheint ungeachtet ihrer Besonderheiten zunächst als eine Modalität unter vielen.“ (Hausendorf et al.

2012a: 9) Dadurch geraten konstituierende Elemente zur Organisation sozialer Interaktion ins analytische Bewusstsein, also beispielsweise „[. . .] Gestik, Blick, Mimik, Körperorientierung und -position, Bewegung sowie die Manipulation von Objekten und Technologien, die sie [= die Interaktionsbeteiligten] in bestimmten Kontexten und Situationen relevant machen“ (ebd.: 8), welche systematisch einer Perspektive entgehen, die sich ausschliesslich der Verbalität verschrieben hat.

Dem sich stetig erweiternden Bereich der multimodalen Interaktionsanalyse ist es zu verdanken, dass nicht nur die einzelnen, vormals sekundär betrachteten Elemente der Interaktion verstärkt in den Fokus gerieten, sondern auch die Interdependenz der Ebenen in den Vordergrund gerückt wurde (überblicksartig illustriert in Mondada 2013a: 580–583). Dies lässt sich exemplarisch anhand der Gestenforschung zeigen: Studien zur Gestik konnten herausarbeiten, dass die organisationalen Grundsätze der sozialen Interaktion, welche für die verbale Ebene systematisch beschrieben wurden, sich auch bei der Gestenproduktion in ähnlicher Art und Weise wiederfinden lassen (Kendon 2004, Streeck/Grothues 2011). So haben die Erkenntnisse, dass Sprecher_innen ihre Gesten stark auf die anderen Interaktionsteilnehmenden abstimmen (Schegloff 1984) und gleichzeitig ihre Gestenproduktion eng mit ihren Äusserungen koordinieren (Butterworth/Beattie 1978, Morrel-Samuels/Krauss 1992, Mondada/Oloff 2011) und oftmals mit diesen verschränken (Müller 1996, Fricke 2012), mitunter zu der Einsicht geführt, dass Gesten nur schwerlich von der verbalen (und anderen!) Ebene getrennt betrachtet werden können – und vice versa.⁴ In terminologischer Hinsicht wurden etliche Versuche unternommen, ebenjene Verschränkungen der verschiedenen Ebenen in unterschiedlicher Weise zu konzeptionalisieren.⁵ Fernab von den Unterschieden in den Begrifflichkeiten sind sich Forscher_innen allerdings über das Ziel der Analyse einig:

- 4 Als Beispiel für die enge Verschränkung – nicht nur mit der verbalen, sondern einer ganzen Reihe von interaktiven Ressourcen – kann unter anderem der Begriff der *interaktiven Geste* herangezogen werden, mit welchem die moderne Gestenforschung (Gerwing/Bavelas 2013) Gesten bezeichnet, die sich nicht auf das in der Interaktion verhandelte Gespräch beziehen, sondern auch Aufgaben wie Sprecher_innenwechsel und Aufrechterhalten des Gesprächsflusses übernehmen.
- 5 Eine der einflussreichsten Konzeptionalisierungen ist der Begriff der *multimodal gestalts*, der über Kallmeyer (1981) Eingang in die deutschsprachige Konversationsanalyse fand und in den letzten Jahren prominent (wieder-)aufgenommen wurde (vgl. exemplarisch Mondada 2016a: 334, Stukenbrock 2021).

„Es geht um die empirische Analyse des Vollzuges der ‚interaktiven Ordnung‘, wie sie durch das Zusammenspiel aller Ausdrucksmittel, die den Interaktionsbeteiligten zur Verfügung stehen, konstituiert wird. ‚Interaktive Ordnung‘ beschreibt dabei den Gesamtzusammenhang aller simultan realisierten, sequenziell strukturierten und aufeinander bezogenen interaktiven Beteiligungsweisen aller Teilnehmer.“ (Deppermann/Schmitt 2007: 17)

Der mikroanalytische Nachvollzug ebensolcher Verschränkungen führte nebst dem systematischen Blick auf die multimodal gestaltete Organisation von Interaktionen zur ethnomethodologisch inspirierten Perspektive (zur Problematisierung dieser Verschränkung, siehe Streeck et al. 2019), einzelne Äusserungen, Körperbewegungen, Gesten oder Blickrichtungsveränderungen (vgl. Kidwell/Zimmerman 2007) als interaktive *Ressourcen* (Couper-Kuhlen/Selting 2019) zu verstehen. Der Begriff der Ressource „[. . .] covers both conventional forms – such as grammar – and less standardized and more opportunistic means that are used by participants to build the intersubjective accountability of their actions. Thus, the notion of ‘resource’ invites the researcher to take into consideration the indexicality of linguistic resources, as well as the systematic and methodic use of embodied resources.“ (Mondada 2016a: 333)

Ressourcen übernehmen dabei eine doppelte Funktion: Einerseits erlauben sie als Angebotssetting Anschlussmöglichkeiten für eine Interaktion, andererseits werden sie durch die konkrete Verwendung in der Interaktion als konstitutiv markiert und durch den situativen Gebrauch verändert. Damit verweisen sie, ganz im ethnomethodologischen Sinne der Indexikalität (Garfinkel 1967: 40), immer auf eine effektive Verwendungssituation zurück und stellen ein „[. . .] document of“ (ebd.) dar, welches eine Rekonstruktion des „[. . .] endless, ongoing, contingent accomplishment“ (ebd.) der Herstellung sozialer Ordnung erlaubt. Damit geht einher, dass Ressourcen nicht von der konkreten Interaktionssituation getrennt werden können, da sie erst durch ihre Verwendung in Interaktion zu einem konstitutiven Teil derselben werden. Dementsprechend kann auch ihre konkrete Funktionalität in der Interaktion nicht generell, sondern nur im jeweiligen situationspezifischen Kontext beschrieben werden (Hausendorf et al. 2012b: 14–16).

Interaktive Ressourcen sind allerdings nicht nur auf die Extension der Körper der Interaktionsbeteiligten zu beschränken; vielmehr geht der in der vorliegenden Studie verfolgte Analyseansatz davon aus, dass Interaktion „[. . .] an Leistungen und Errungenschaften [= Ressourcen] anschliessen kann, die nicht erst im Moment des Zusammenkommens (mit den Bordmitteln der

Interaktion) erzeugt werden müssen [...]“ (Hausendorf 2012: 141). Somit kann praktisch alles innerhalb der Umgebung der Interaktion von den Beteiligten als ‚Ressource‘ zur Konstituierung der Interaktion und Bearbeitung interaktiver Probleme genutzt werden: „[...] Symbolisches wie Physikalisches, Soziales wie Natürliches, Belebtes und Unbelebtes [...]“ (Hausendorf et al. 2012b: 14).⁶ Dabei ist zu beachten, dass die oben erörterten Grundannahmen räumliche Ressourcen⁷ (Hausendorf 2020, Christmann et al. 2022) nicht ausschliessen – für sie gilt ebenfalls, dass sie „[...] durch situiertes Handeln reflexiv konstituiert [werden]: Auf der einen Seite werden sie als verfügbar behandelt und in diesem Sinne ‚benutzt‘, auf der anderen Seite werden sie durch den Akt ihrer Benutzung konstituiert und transformiert“ (Hausendorf et al. 2012b: 16). Gleichzeitig machen Räume durch ihre Möblierung, Gestaltung, Grösse und viele weitere Modi Angebote und geben Hinweise darauf (vgl. u.A. Müller/Bohle 2007), wie man sie benutzen könnte (Kesselheim/Hausendorf 2007: 346, Hausendorf 2010: 188). Diese „Benutzbarkeitshinweise“ (Hausendorf 2012: 141) geben Aufschluss über die „[...] Wahrnehmungs-, Bewegungs- und Handlungspräferenzen, die im Raum eine materiale Erscheinungsform gefunden haben und in diesen sedimentierten Formen den Anwesenden wahrnehmungs- und vertrautheitsabhängig, z.T. auch lesbar zugänglich sind“.⁸ So konnten Kesselheim/Hausendorf (2007) anhand eines Ausstellungsraumes im Museum zeigen, dass eine visuelle Analyse des Raumes einen sinnvollen ersten Schritt zum umfassenden Verständnis der Interaktionen im Raum darstellen kann, da sie völlig losgelöst davon, was effektiv durch eine – wie auch immer geartete – Interaktion aktualisiert wird, nach den raumeigenen Kommunikationsstrukturen fragt, um die „dokumentierten Raumarrangements als Antwort auf zugrunde liegende Fragen sichtbar zu machen“ (ebd.: 354). Analog zum Paradigma der

6 Die Nähe zum Begriff der *Artefakte*, der innerhalb der Soziologie bereits prominent von Durkheim (1984: 92–101), Miklautz (1996) und anderen (siehe beispielsweise Preda 2000: 269–298) beschrieben wurde, kommt nicht von ungefähr; so wurzeln sowohl die erwähnten soziologischen als auch die linguistischen Konzeptionen in der Ethnomethodologie. Auf die Feinheiten der Unterschiede, die je nach Forschungsperspektive innerhalb der Soziologie unterschiedliche Extension haben, kann an dieser Stelle jedoch nicht eingegangen werden. Eine der linguistischen Vorstellung der Ressource relativ nahe Konzeption hat meines Erachtens Latour (2001: 237–252) vorgelegt.

7 Oder auch die Anwesenheit in denselben, vgl. Nishizaka (2020).

8 In Anlehnung und Abgrenzung siehe Gibson (1979: 127).

Konversationsanalyse untersuchten sie den Raum „[...] bis in die Details seiner Innenarchitektur, seiner Gestaltung und Möblierung als Lösung kommunikativer Probleme bzw. kommunikativer Aufgaben [...]“ (ebd.). Von dieser konstruktiven methodischen Erweiterung der multimodalen Interaktionsanalyse möchte auch die vorliegende Arbeit Gebrauch machen und wird daher stets auch einen Fokus darauf setzen, welche Aufgaben die Räume der jeweiligen Kommunikationssituationen zu lösen versuchen und welche Angebote der (Be-)Nutzung in ihnen angelegt sind (Kapitel 3.4 und 3.6).

Sowohl die Prämisse der allumfassenden Ordnung („order at all points“ Sacks 1984a: 22) als auch jene der Indexikalität (Garfinkel 1967: 40) haben direkten Einfluss auf die Datengrundlage, auf welcher der analytische Nachvollzug der „Vollzugswirklichkeit“ (Bergmann, zitiert nach Ayaß 2008: 346) gelingen kann. Wenn jedes Detail der Interaktion potenziell relevant ist, bedingt dies einerseits eine induktive Vorgehensweise, andererseits eine auf realen (d.h., auf nicht elizitierten, möglichst natürlichen und realen) Gesprächsdaten basierende. Heritage verweist darauf, dass diese Perspektive schon bei der Datenerhebung selbst einzunehmen ist: „original data are neither idealized nor constrained by a specific research design or by reference to some particular theory or hypothesis“ (ebd.: 238). Obgleich dieser Anspruch als gegenstandskonstitutiv für die Konversationsanalyse und die multimodale Interaktionsanalyse angesehen werden kann, muss er in der vorliegenden Arbeit in mehrfacher Hinsicht relativiert werden. Heritages Hinweis soll in dem Sinne verstanden werden, dass während der Datenerhebung der vorliegenden Studie systematisch davon abgesehen wurde, eine Datengrundlage herbeizuführen, um eine spezifische, schon vorab festgelegte Hypothese zu testen (vgl. Kapitel 3). Nichtsdestotrotz gestaltet sich der aktuelle wissenschaftliche Betrieb derart, dass ein Erkenntnisinteresse, respektive der Fokus eines Forschungsprojektes, schon vorab festgelegt werden muss – nicht nur hinsichtlich der Finanzierungsstruktur, sondern auch, um den beschränkten zeitlichen Rahmen einer befristeten Anstellung effizient zu nutzen. Des Weiteren wird Mundwilers Hinweis vollumfänglich zugestimmt, wenn sie das auf Heritages Überlegungen basierende „unmotivated looking“ (Psathas 1995: 45, Hutchby/Wooffitt 2008: 89) als grundlegende Heuristik als problematisch bezeichnet, „wenn man bedenkt, dass alleine die Wahl, welche Daten aufgenommen werden oder wie die Aufnahmegeräte positioniert werden, eine gewisse Motivation für die Fokussierung von bestimmten Kontexten und Phänomenen zeigen. So behaupte ich, dass sich bei der Mehrheit

der gesprächsanalytischen Projekte eine gewisse Erwartungshaltung nicht komplett vermeiden lässt.“ (2017: 30)

Der Diskrepanz zwischen forschungsgeleiteter Erwartungshaltung und analytischer Offenheit gegenüber den Daten, dem vermeintlichen Widerspruch zwischen der (theoriegestützten) Fokussierung auf ein Phänomen unter (induktivem) Einbezug des Kontextes und der Gewährleistung der Anschlussfähigkeit der Forschungsergebnisse, obgleich zugleich der Einzigartigkeit der Datengrundlage Rechenschaft getragen werden muss – all diesen Gegensätzen versucht die vorliegende Studie systematisch zu begegnen. Sie werden als grundsätzliche Widersprüchlichkeiten verstanden, die sich auf den Problembereich der Integration von Theorie und Empirie zurückführen lassen, und in Anlehnung an einen praxeologischen Ansatz (Schmidt 2012) der Versuch unternommen, sie in ein interchargierendes System zu überführen. Obgleich die Analyse sich also von einem Erkenntnisinteresse leiten lässt und auf dieser Grundlage auch die Daten gesammelt wurden, werden die Erkenntnisse induktiv aus den Daten gewonnen (siehe Kapitel 2.2) und prägen ihrerseits wieder das Erkenntnisinteresse mit.

2.2. Das komplexe Verhältnis von Theorie und Empirie

Nimmt man die im vorangegangenen Kapitel skizzierte Analyseperspektive der multimodalen Interaktionsanalyse ein, so kommt man nicht umhin, die vorliegende Studie in die Tradition eines mikroanalytischen, sequenziellen und stark forschungsdatengeleiteten Vorgehens einzuordnen – eines Vorgehens, das sich bereits in einer Vielzahl von Studien bewährt und weitreichende Erkenntnisse über Interaktionen im Allgemeinen sowie auch in spezifischen Kontexten zu Tage gefördert hat (siehe Kapitel 2). Obgleich dies zutrifft und die multimodale Interaktionsanalyse in der vorliegenden Studie den analytischen Rahmen bildet, um sich dem Datenmaterial zu nähern, kollidiert die Analyseperspektive dennoch in zweierlei Hinsicht mit dem übergreifenden Erkenntnisinteresse der Studie, die interaktive Herstellung von Kreativität im untersuchten Datenmaterial systematisch nachzuvollziehen (siehe Kapitel 1): Einerseits fokussiert die multimodale Interaktionsanalyse aufgrund ihrer methodologischen Implikationen (siehe vorangehendes Kapitel 2.1) in der Regel keine größeren kommunikativen Hervorbringungen, sondern

beschäftigt sich primär mit dem minutiösen Nachvollzug kleinerer lokaler und kontextspezifischer Ordnungsstrukturen. Andererseits ist diese Fokussierung nicht nur methodologisch, sondern auch der Datenaufbereitung geschuldet; so war und ist bereits die Transkription auditiver Daten (Selting et al. 2009) ein extensives und aufwändiges Verfahren, welches durch die Öffnung für visuell zugängliche Ebenen nicht nur wesentlich umfangreicher, sondern sowohl in der Herstellung als auch der Rezeption und Analyse ungleich komplexer wird (vgl. Mondada 2016b). Folgt man dabei dem Paradigma des „unmotivated looking“ (Psathas 1995: 45, Hutchby/Wooffitt 2008: 89) und dem Grundsatz, „[. . .] alle Ausdrucksressourcen im Prinzip als gleichwertig [. . .]“ (Hausendorf et al. 2012a: 9) zu betrachten, so ist es forschungspraktisch nur in grossangelegten Studien mit mehreren Beteiligten möglich, grössere Datenmengen mit einem übergreifenden Forschungsfokus zu bewältigen.

Der scheinbare Widerspruch zwischen mikroanalytischer Aufarbeitung einer umfangreichen Datenmenge (siehe Kapitel 3) und einem Forschungsinteresse auf Makroebene wird in der vorliegenden Studie durch eine Öffnung des konversationsanalytischen Paradigmas des „unmotivated looking“ (Psathas 1995: 45, Hutchby/Wooffitt 2008: 89) aufgelöst. Die Wurzeln des Paradigmas bleiben dabei erhalten; es werden lediglich die praxistheoretischen Grundsätze im methodologischen Bereich konsequent umgesetzt. Dabei greift die vorliegende Studie einen Gedankengang aus der Praxissoziologie auf, die „[. . .] eine besondere Form von Theorie [. . .]“ für sich beansprucht: „Sie [die Theorie] soll so gebaut sein, dass sie sich vom Empirischen fortlaufend verunsichern, irritieren und revidieren lässt.“ (Schmidt 2012: 31) Dies soll dadurch erreicht werden, dass „[. . .] diese Trennung zwischen Theorie und Empirie destabilisiert [wird]“, und zwar konkret dadurch, dass beide Bereiche „[. . .] in ihrer wechselseitigen Verschränkung methodologisch neu veranschlagt [werden].“ (ebd.) Dies bedeutet grundsätzlich, dass die vorliegende Arbeit sich als Versuch versteht, Theorie und Empirie nicht als getrennte, sich unidirektional beeinflussende Felder zu verstehen, sondern den Einwurf von Mundwiler (2017: 30) berücksichtigt, eine „gewisse Erwartungshaltung“ sei grundsätzlich nicht zu vermeiden – und versucht, diesen als Irritationsmoment methodologisch in ein systematisches Vorgehen zu überführen. Daher wird in den kommenden Kapiteln eine zielgerichtete Suche nach einer Definition von Kreativität unternommen, welche an die multimodale Interaktionsanalyse – respektive die Analyse der erhobenen Daten durch eine solche – anschlussfähig ist. Diese Definition ist im Sinne

eines Ankerpunkts eines heuristischen Zirkels zu verstehen, um sowohl das weiter zu analysierende Datenmaterial zu selektieren als auch die mikroanalytischen Ergebnisse zu abstrahieren und für die untersuchten Daten zu generalisieren. Die Definition soll demnach durch das Datenmaterial weder falsifiziert noch bestätigt werden, sondern ist vielmehr als Ausgangspunkt einer Analyse zu verstehen, die sich in und durch die Analyse stetig erweitert, verändert und (um die praxissoziologische Begrifflichkeit nochmals zu verwenden) davon irritieren lässt.

Ein Resultat der vorliegenden Studie stellt demnach die Modellierung (Kapitel 6.1) des Prozesses dar, wie Interaktionsteilnehmende in dem hier erhobenen und auf Basis der literaturbasierenden Arbeitsheuristik selektierten Datenmaterial es interaktiv stets aufs Neue bewerkstelligen, Kreativität hervorzubringen. Diese Modellierung basiert auf einem minutiösen, sequenziellen Nachvollzug der Vollzugswirklichkeit ebenjener Hervorbringung mittels multimodaler Interaktionsanalyse (siehe Kapitel 2.1). Darüber hinaus soll allerdings transparent gemacht werden, wie diese Modellierung zustande gekommen ist. Deshalb wird nicht nur der Ausgangspunkt der Modellierung aufgezeigt (also die anfängliche Definitionsgrundlage zur Kreativität, auf der die ursprüngliche Auswahl der zu analysierenden Daten basierte), sondern auch ihre Veränderung durch die einzelnen Datenbeispiele (vgl. Kapitel 7.1).

Dies impliziert demnach auch eine veränderte Lesart; entgegen der üblichen Darstellungsweise Belege für ein vorab postuliertes Modell zu liefern, um dieses möglichst stichhaltig und nachvollziehbar zu gestalten, wird in der vorliegenden Analyse Schritt für Schritt entlang interdisziplinärer Überlegungen zur Kreativität (siehe Kapitel 4) ein interaktionslinguistisch anknüpfungsfähiger Kreativitätsbegriff hergeleitet (Kapitel 5). Dieser dient als heuristischer Ausgangspunkt, um auf Grundlage der durch ihn relevant gesetzten Daten (siehe Kapitel 3) in einem iterativen Verfahren eine Datenselektion vorzunehmen, auf deren Basis dann schliesslich ein Modell entwickelt wird (Kapitel 6.1). Die Herleitung dieses Modells und die ihm zugrundeliegenden Befunde werden im Analysekapitel (Kapitel 6.3–6.7) auf Basis mikroanalytischer Sequenzanalysen transparent dargestellt.

3. Die Datengrundlage und ihre Implikationen

Die vorliegende Studie arbeitet mit natürlichen Interaktionsdaten⁹, die während¹⁰ des von der Herman Paul School of Linguistics (HPSL) finanzierten Projektes im Zuge dreier Erhebungsphasen in zwei verschiedenen Werbeagenturen aufgezeichnet und transkribiert wurden. Nicht nur aufgrund des datengeleiteten Zuganges der multimodalen Interaktionsanalyse, sondern auch des interchargierenden Verhältnisses von Theorie und Empirie, welches in der vorliegenden Arbeit angestrebt wird (siehe Kapitel 2.2), muss davon ausgegangen werden, dass nicht nur die Aufbereitung und Analyse, sondern bereits die Erhebung der Daten theoretische und methodische, aber auch grundsätzlich limitierende Implikationen auf die Resultate hat. Daher sollen im folgenden Kapitel die der Studie zugrundeliegende Datenbasis, aber auch die Erhebung selbst transparent gemacht und die damit einhergehenden Limitierungen reflektiert werden.

- 9 Wenn hier und in der Folge auf natürliche Interaktionsdaten referiert wird, meint dies, dass die audio-visuelle Datengrundlage keinem Experimentaldesign folgt und nicht evoziert oder zur Bestätigung/Falsifizierung einer Hypothese anderweitig herbeigeführt wurde. „Natürlich“ bedeutet demnach, dass diese Interaktionen grundsätzlich auch dann stattgefunden hätten, wenn zu diesen Zeitpunkten keine Daten für die vorliegende Studie erhoben worden wären (vgl. Kapitel 2.1).
- 10 Ausgenommen davon ist die Erhebungsphase im Januar 2016 (siehe Tabelle 1: Übersicht über das Datenmaterial), die schon vor Beginn des Stipendiums erfolgte.

Tab. 1: Übersicht über das Datenmaterial

Agentur	Datum	Tage	Zeitraum	Raum	Kameras	Videolänge in Stunden ¹¹
Terry	2016 (Jan)	2	08:00–20:00	Kreativraum	3	48
	2017 (Okt/Nov)	4	08:00–20:00	Kreativraum (umgebaut)	3	144
Athene	2017 (Nov)	2	08:00–20:00	Allgemeiner Bereich	3	72
			08:00–20:00	Grossraumbüro	2	48
			08:00–20:00	Büro der „Creative Directors“	2	48
	2018 (Mär)	2	08:00–22:00	Allgemeiner Bereich	3	84
			08:00–22:00	Grossraumbüro	2	56
			08:00–22:00	Büro der „Creative Directors“	2	56
Total		10				556

Das der Studie zugrundeliegende Material lässt sich in drei Teile fassen: Noch vor Beginn des Promotionsprojektes erfolgte die Erhebung einer Datenbasis von rund 48 Stunden audiovisuellem Material, welches mittels dreier Kameras im ‚Kreativraum‘ einer der grössten Werbeagenturen in Zürich während zweier Arbeitstage im Januar 2016 durchgeführt wurde (Reinecke 2016). Im Oktober 2017 wurde ein zusätzlicher, vier Arbeitstage umfassender Datensatz im – in der Zwischenzeit umgebauten – ‚Kreativraum‘ derselben Werbeagentur erhoben. Diese beiden Erhebungsfenster bilden zusammen den Datensatz «Terry»¹².

11 Gerundet auf ganze Stunden.

12 Die Werbewirtschaft ist ein Geschäftszweig, in dem das Vertrauen zwischen Kund_innen und Agentur als unerlässlich markiert wird (vgl. hierzu Krämer 2014: 207). Daher werden alle Klarnamen, Firmennamen, Personenbezeichnungen oder Kundenerwähnungen sowie identifizierbare Slogans, Logos oder Symbole, welche Rückschlüsse auf die Werbeagentur an sich, ihre Mitarbeitenden oder Kunden zulassen könnten, hier und im Folgenden durch zufallsgenerierte Pseudonyme ersetzt und in Bilddaten

In einem dritten und letzten Schritt konnten im November 2017 und im März 2018 mit sieben Kameras in einer der grössten Werbeagenturen der Schweiz an insgesamt vier Tagen Videoaufnahmen des laufenden Betriebes erhoben werden. Die Daten erfassen die Interaktionen innerhalb des allgemeinen Arbeitsbereiches der «Kreation», der Besprechungen im «Kreativraum» und der Interaktionen im Büro der beiden Chefs der Kreativabteilung. Diese Daten sind unter dem Datensatz «Athene» zusammengefasst. Die logistisch und technisch anspruchsvolle Datenerhebung, welche den Arbeitsablauf der international agierenden Agenturen nicht stören oder in irgendeiner Form unterbrechen durfte, gelang nur dank kantonsübergreifender Vernetzung und Koordination technischer Ressourcen verschiedener Departemente der Universität Basel¹³, des UFSP SPUR der Universität Zürich, des Videolab der Universität Zürich und des Zentrums Mündlichkeit der PH Zug.

Mit der Ende März 2018 abgeschlossenen Datenerhebungsphase umfasst das Korpus des Promotionsprojektes insgesamt rund 556 Stunden¹⁴ Videomaterial, das in Gänze gesichtet, inventarisiert und auf Basis der arbeitsheuristischen Definition (siehe Kapitel 5.6) in sich stetig erweiternden Teilen (siehe Kapitel 6 sowie 7.1) transkribiert wurde. Die daraus resultierende Datengrundlage, welche die spezifische Basis für das Modell (siehe Kapitel 6.1) bildete, umfasste dadurch am Ende rund 50 Stunden audiovisueller Interaktionsdaten in transkribierter Form.

retouchiert. Ich bin der Werbeagentur «Terry» und der Werbeagentur «Athene» für ihre Offenheit und die Filmerlaubnis sehr dankbar. Mir ist bewusst, dass nicht nur der Umstand, die Erlaubnis dafür erhalten zu haben, in einem sehr sensiblen Bereich Daten erheben zu dürfen, sondern auch die Freundlichkeit, welche mir vor, während und nach der Erhebung entgegengebracht wurde, keineswegs selbstverständlich ist.

13 An dieser Stelle sei herzlich dem Team rund um Prof. Dr. Lorenza Mondada gedankt, welches in letzter Sekunde mit Speicherkarten und Kameras ausgeholfen hat.

14 Es ist darauf hinzuweisen, dass diese Zahl die Gesamtlänge aller für die vorliegende Studie erhobenen Videodateien beschreibt, nicht die Länge der darin stattfindenden Interaktionen.

3.1. Zugang zum Forschungsfeld

Der Zugang zum Forschungsfeld war von vielen Rückschlägen, Absagen und langen Verhandlungen geprägt, die keineswegs einzigartig für diese Studie sind, sondern vielmehr als eine grundsätzliche Herausforderung betrachtet werden können, mit der sich Forscher_innen konfrontiert sehen, die sich für natürliche Interaktionsdaten in sensiblen Bereichen interessieren. Ungeachtet dessen erscheinen die Art und Weise der Absagen und Verhandlungen in ihrer konkreten Ausgestaltung aber dennoch erwähnenswert, da sie ein Schlaglicht auf den Arbeitsalltag, die Selbstdarstellung und das Selbstverständnis der kontaktierten Werbeagenturen werfen. Nicht zuletzt bedeuten sie für das der vorliegenden Studie zugrundeliegende Datenmaterial eine teilweise Limitation.

Der Feldzugang war nicht von vornherein gewährleistet, sondern wurde erst im Zuge des Promotionsprojektes erarbeitet. Neben einigen bereits bestehenden, persönlichen Kontakten in die Kommunikationsbranche wurden eine Vielzahl von Werbeagenturen im deutschsprachigen Raum per Mail und telefonisch kontaktiert. Dass sich von den über 50 kontaktierten Werbeagenturen schliesslich nur zwei dazu bereiterklärten, zu Studienzwecken Kameras in ihren Räumlichkeiten zuzulassen, ist insbesondere hinsichtlich der Absagebegründungen aufschlussreich. Denn obgleich sich die vorgebrachten Motive zur Begründung der einzelnen Absagen in ihrer Gewichtung durchaus unterschieden, lässt sich die überwiegende Mehrheit unter den zwei folgenden Punkten subsumieren:

➤ Mitarbeiter_innenschutz und Bedenken bezüglich der Privatsphäre

Der Schutz der Privatsphäre der Mitarbeiter_innen ist in jeder Untersuchung, die sich für Interaktionen interessiert, von höchster Bedeutung, sowohl für die Interaktionsteilnehmenden als auch für die Forscher_innen. Dennoch wird er hier aus Gründen der daraus resultierenden Limitierungen explizit hervorgehoben. Die kontaktierten Personen der jeweiligen Agenturen verwiesen oft darauf, dass eine gesonderte Einverständnisabfrage unter allen involvierten Mitarbeitenden einen Aufwand bedeute, der ihre zeitlichen Kapazitäten und Ressourcen überschreite. Die Übernahme dieses Verfahrens durch den Verfasser dieser Studie in den beiden Werbeagenturen, deren Daten die Grundlage für die vorliegende Arbeit darstellen, stellte sich in der Tat als beachtlicher Aufwand heraus. Über die zeitliche Komponente

hinaus verweist sie auf einen wesentlichen Punkt, der sowohl hinsichtlich der Datengrundlage als auch analytisch weitreichende Implikationen hatte. Da es allen Mitarbeiter_innen ohne weitere Empfehlung der Leiter_innen der Werbeagenturen freigestellt wurde, die Einverständniserklärung (siehe Seite 429) zu unterschreiben oder nicht, entschieden sich mehrere Mitarbeitende dagegen. Dies hatte zur Folge, dass diese Personen in einem nächsten Schritt im Datenmaterial identifiziert und die entsprechenden Sequenzen, auf denen sie zu sehen oder zu hören gewesen waren, gelöscht werden mussten. Zudem kam mehrfach das Widerrufsrecht zum Zuge.¹⁵ Das Datenmaterial ist also insofern limitiert, als gewisse Passagen gelöscht werden mussten – einige bevor, andere erst, nachdem sie in das Korpus eingingen. Dies hat auch direkte Implikationen für die Darstellungen und diskutierten Sequenzen im Analysekapitel – die Entscheidungsgrundlage, ob und in welcher Form der Interaktionsvollzug transparent gemacht wird, fusste oftmals auf der Einwilligung der abgebildeten Personen, welche von ihrem Widerrufsrecht bis kurz vor der Fertigstellung der Studie Gebrauch machten.

➤ Kund_innenschutz und monetäre Abhängigkeit

Diese Kategorie von Absage umfasst all jene Begründungen, welche auf das „intime, vertrauensvolle Verhältnis zu unseren Kunden“¹⁶ referierten, das durch die Präsenz von Kameras und Mikrofonen gestört werden könne. Diese Begründungsstruktur ist nicht nur aufgrund der Häufigkeit, mit der sie vorgebracht wurde, oder der Darstellung des Verhältnisses zwischen den Klienten und der Werbeagentur als „intim“ bemerkenswert. Sie ist insbesondere auch in der Konsequenz relevant, mit der suggeriert wird, es handle sich um ein Verhältnis, das in seiner Fragilität¹⁷ durch die Präsenz

15 Die Einverständniserklärung entspricht den aktuellen ethischen Standards und wurde gemeinsam mit Datenschutzbeauftragten aus Zürich und Basel erarbeitet. Sie enthält unter anderem einen Abschnitt, der es den Unterzeichnenden erlaubte, ihr Einverständnis jederzeit (dies bedeutet auch zeitunbegrenzt) und ohne Angabe weiterer Gründe zu widerrufen.

16 Auszug aus einer Mail mit dem CEO einer Werbeagentur in Deutschland; persönliche Korrespondenz.

17 Zur exemplarischen Illustration können hier die folgenden Beschreibungen dienen, mit welchen in der schriftlichen Kommunikation auf das Verhältnis zu den Kund_innen von den jeweiligen Kontaktpersonen der Werbeagenturen Bezug genommen wurde: «heikle Angelegenheit», «fragil und beruht auf Diskretion» sowie «Unsere Kunden vertrauen uns und wir fürchten, dieses Vertrauen durch Kameras zu gefährden.»

von Aufnahmegegeräten gestört werden könne. Auch der mehrfach platzierte Hinweis auf Anonymisierungs- und Pseudonymisierungsbemühungen in der Datenauswertung und –darstellung sowie das Angebot zur sequenziellen Freigabe einzelner Datenausschnitte durch die Agenturen konnten diese Befürchtungen nicht vollends ausräumen. Die grundsätzliche Sorge um eine Störung des Kund_innenverhältnisses wird spätestens dann relevant (und als Kontextinformation für die vorliegende Studie erwähnenswert), wenn man den häufig auftauchenden, konkretisierenden Verweis auf das hohe monetäre Volumen, welches ebenjene Klient_innen investierten, in die Betrachtung mit einbezieht. Damit wurde sekundär auf die Marktstellung der einzelnen Agenturen Bezug genommen¹⁸ und die Relevanz der eigenen Arbeit – sowie deren Sensibilität – in den Vordergrund gestellt. Primär verweist die Erwähnung dadurch allerdings, wie bereits in ethnografischen Arbeiten minutiös herausgearbeitet wurde, auf eine Etablierung der Kund_innen als relevante Evaluationsinstanz, von deren Urteil nicht nur das Produkt, sondern letztendlich auch der Agenturerfolg kategorisch abhängt (Koppetsch 2008, Krämer 2014: 180, aber auch Krämer 2015).

Insgesamt eröffnet sich dadurch folgende Diskrepanz: Einerseits inszenieren sich die Agenturen in ihrer nach aussen getragenen Selbstdarstellung als Teil einer offenen, innovativen und transparenten Branche, welche auf Aussenwirkung spezialisiert ist (siehe Kapitel 4.5.1) und in welcher die Mehrheit der angeschriebenen Agenturen eine „führende Position“ für sich beansprucht. Andererseits verweisen die Korrespondenzen und hier subsumierten Absagebegründungen auf eine starke Abhängigkeit von dem Werturteil der Kund_innen und auf eine fragile Beziehung zu den Auftraggeber_innen, welche diskret und intim gehandhabt werden müsse (vgl. hierzu Krämer 2014: 207).

Für die vorliegende Studie hat dies forschungspraktisch ganz konkrete Implikationen; all diejenigen Sequenzen, welche im Zuge der Analyse dargestellt werden, bilden ausschliesslich Interaktionen aus der Kreativabteilung (und nicht etwa der Beratung) ab. Darüber hinaus wurden systematisch auch noch so kleine Hinweise auf Kund_innen anonymisiert. Wenn trotz

18 Diese wird als Werbemittel für die Agenturtätigkeiten auch auf den jeweiligen Websites oftmals hervorgehoben; so fand sich auf praktisch jeder Website der angeschriebenen Agenturen eine Unterseite, auf der die bestehenden und ehemaligen Kund_innen, respektive deren Logos, aufgeführt waren.

der aufwändigen Anonymisierungsbestrebungen eine Rückführbarkeit nicht ausgeschlossen werden konnte, wurden die Sequenzen nicht verwendet.

3.2. Limitierungen und Implikationen der Datengrundlage

In der Folge werden vier grundsätzliche Limitierungen der Datengrundlage sowie deren Implikationen auf die Aussagekraft der vorliegenden Studie diskutiert:

1. Einverständnis der Interaktionsteilnehmenden

Die in den Daten erkenn- und identifizierbaren Personen wurden sowohl im Vorfeld über die Aufnahmesituation informiert als auch nach den Aufnahmen gefragt, ob sie mit der Verwendung der erhobenen audio-visuellen Daten einverstanden seien, und im Falle eines Einverständnisses darum gebeten, eine Einverständniserklärung (siehe Anhang, Seite 429) zu unterschreiben. Insgesamt vier Personen unterschrieben mit Verweis auf die Sensibilität der von ihnen besprochenen Informationen die Einverständniserklärung nicht, so dass ihre Interaktionen in der vorliegenden Arbeit auch nicht verwendet werden. Alle anderen Personen stimmten der Verwendung der Daten zu. Während des Entstehungsprozesses der vorliegenden Arbeit machten zudem mehrere Personen von ihrem Recht Gebrauch, die Einverständniserklärung zu widerrufen¹⁹. Diese Ausschnitte werden ebenfalls nicht weiterverwendet und wurden in mehreren Fällen nicht nur prophylaktisch aus dem Korpus, sondern zu einem späteren Zeitpunkt während der Analysephase auch aus der vorliegenden Arbeit entfernt. Aus ethischer Perspektive ist es zweifellos gerechtfertigt und notwendig, dass das Einverständnis für eine Aufnahme nachträglich widerrufen werden kann – nichtsdestotrotz stellt dies eine Limitierung dar, mit welcher die vorliegende Studie zu verschiedenen Zeitpunkten bis zum Schluss immer wieder umgehen musste.

19 Häufig unter dem Verweis, in den Aufnahmen seien sensible Details einiger Werbekampagnen diskutiert worden, die zum Zeitpunkt der Abgabe der Arbeit noch nicht abgeschlossen gewesen seien.

2. Aufnahmesituation – und was nicht erhoben wurde

Wie im Kapitel 3.1 bereits erwähnt wurde, ist das Datenmaterial ungeachtet der Länge der jeweiligen Erhebungsfenster und des generellen Korpusumfangs bereits insofern selektiv, als darin keine Interaktionen zwischen Mitarbeitenden und Kund_innen der jeweiligen Agenturen auftauchen. Diese Limitierung war für den initialen Zugang zum Forschungsfeld unabdingbar und als Restriktion von Anfang an bewusst. Die Aussagekraft der vorliegenden Studie beschränkt sich demnach auf die Interaktionen zwischen den Mitarbeiter_innen innerhalb der jeweiligen Werbeagenturen.

Führt man sich die in Kapitel 3.2 und 3.4 beschriebenen Aufnahmesituationen nochmals vor Augen, so fällt des Weiteren auf, dass nicht nur die Kommunikation mit externen Personen im Korpus fehlt, sondern auch potenziell interessante Raumkonstellationen wie beispielsweise der Bereich um die Kaffeemaschine, der Raucherbereich oder auch die Zwischengänge audio-visuell nicht erfasst wurden. Demnach kann auf Basis des Datenmaterials nicht grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass die erfassten Interaktionen ausschliesslich in denjenigen Räumen stattfinden, die dem Korpus zugrunde liegen.

3. Fokus auf audio-visuelle, natürliche Daten

Eine grundsätzliche Limitierung des Datenmaterials ergibt sich bereits aus dem Erhebungszugang. Da die Interaktionen mittels Kameras aufgezeichnet wurden, die während des Erhebungszeitraums statisch fixiert an Ort und Stelle blieben, kann nur über diejenigen interaktiven Ressourcen analytisch eine Aussage getroffen werden, welche durch die Kameraperspektiven auch eingefangen wurden. Die vorliegende Studie kann demnach keinerlei Aussagen über zusätzliche Kommunikationswege wie Smartphones, Mails oder – sofern sie fernab der Kameras geführt wurden – Telefongespräche machen. Darüber hinaus erfassen die Kameras aus Gründen des Anonymisierungs- und Kund_innenschutzes (vgl. Kapitel 3.1) auch keine Computerbildschirme (deren Relevanz besonders in der Entwurfsarbeit in ethnografischen Studien deutlich hervorgehoben wurde, vgl. ebd.: 228–234). Dies stellt eine klare Limitierung hinsichtlich des multimedial vermittelten Arbeitsalltags von Werbeagenturen dar, da der Fokus auf natürliche Interaktionsdaten (vgl. Kapitel 3) es mit sich bringt, dass die Analyse auf diejenigen interaktiven Ressourcen beschränkt wird, die in Face-to-Face-Situationen relevant gesetzt werden.

4. Momentaufnahme

Ungeachtet der umfangreichen Datenbasis und der mehrere Zeiträume umfassenden Aufnahmeperiode stellt die vorliegende Studie gerade aufgrund der dem untersuchten Feld inhärenten Responsivität eine Momentaufnahme dar:

„Die Orientierung an Kreativität betrifft jedoch nicht nur die Arbeitspraktiken, sondern auch die Organisationen und Institutionen selbst. Diese haben sich einem Imperativ permanenter Innovation unterworfen. Insbesondere Wirtschaftsorganisationen, aber mittlerweile auch andere – politische oder wissenschaftliche – Institutionen haben sich so umstrukturiert, dass sie nicht nur die Fabrikation immer wieder neuer Produkte auf Dauer stellen, sondern ihre internen Strukturen und Abläufe permanent erneuern, um damit in einer sich beständig verändernden Organisationsumwelt ‚responsiv‘ zu bleiben.“ (Reckwitz 2014: 11)

Diese beständige Veränderung, die, wie auch in anderen Studien betont wurde (Koppetsch 2006b, Krämer 2015), für Werbeagenturen einen elementaren Bestandteil darstellt, ist gerade bezüglich der Generalisierbarkeit der herausgearbeiteten Befunde im Auge zu behalten (vgl. Kapitel 7.2).

3.3. Datenerhebung „Terry“

Das Datenmaterial aus der Agentur «Terry» besteht aus audio-visuellen Filmaufnahmen, die an zwei Arbeitstagen im Januar 2016 im ‚Kreativraum‘ der Werbeagentur Terry aufgezeichnet wurden, sowie einer zweiten, vier Tage umfassenden Erhebungsphase im Oktober 2017. Der Datenerhebung gingen mehrere Gespräche mit der operativen Führungsebene der Agentur sowie mit einem Mitarbeiter voraus, welcher den initialen Kontakt hergestellt hatte. In diesen Besprechungen wurde nebst organisatorischer Details und der Kommunikation an die Mitarbeitenden unter anderem festgehalten, dass die Kameras ausschliesslich im «Kreativraum» der Agentur positioniert werden würden. Dieser Umstand ist in mehrerlei Hinsicht implikationsreich; einerseits bedeutete die Fokussierung auf einen Raum, dass die Mitarbeiter_innen jederzeit die – ethisch höchst relevante – freie Wahl hatten, sich in diesen Raum zu begeben und dementsprechend gefilmt zu werden, oder eine andere Räumlichkeit aufzusuchen.

Da die Information über die Anwesenheit der Kameras zudem vor der Erhebung intern kommuniziert wurde und durch mehrere Hinweisschilder vor dem Raum nicht nur auf die Aufzeichnung hingewiesen wurde, sondern auch auf die Möglichkeit, sich dieser zu entziehen oder um nachträgliche Löschung der Daten zu ersuchen, kann davon ausgegangen werden, dass das Beobachterparadoxon (Labov 1978: 209) zwingend mitreflektiert werden muss.

Die eigentliche Datenerhebung erfolgte mittels dreier, auf Stativen fixierter Kameras und umfasste an beiden Tagen jeweils den Zeitraum von 08:00 bis 19:00. Abb. 1 zeigt einen schematischen Grundriss des Raumes 2016, wobei die Nummern (Abb. 1: 1, 2, 3) die installierten Kameras markieren und die von ihnen ausgehenden gestrichelten Linien jeweils die Grenzen des durch sie erfassten Teils des Raumes abbilden.

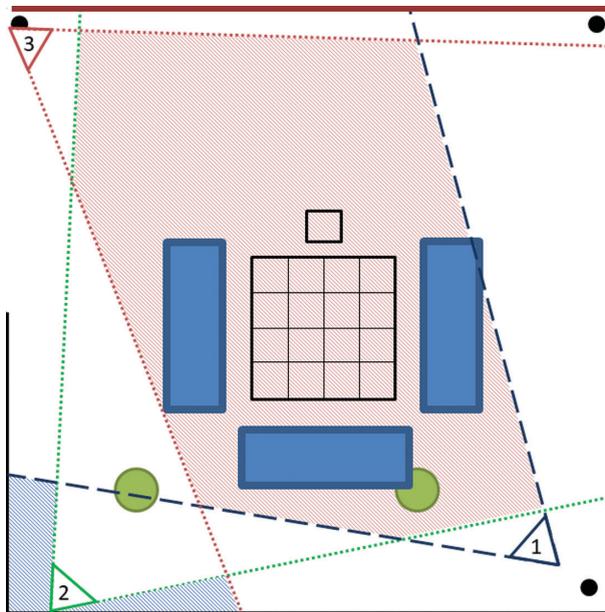


Abb. 1: Schematischer Grundriss des ‚Kreativraumes‘ der Werbeagentur Terry 2016 (eigene Darstellung)

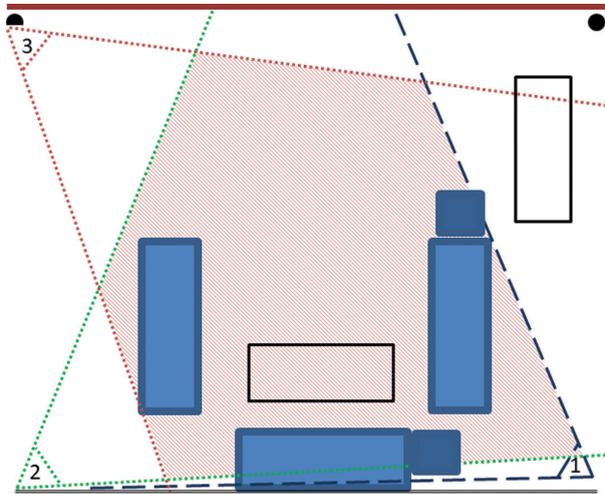


Abb. 2: Schematischer Grundriss des ‚Kreativraumes‘ der Werbeagentur Terry 2017 (eigene Darstellung)

Die blau schraffierte Fläche im unteren linken Teil der Abbildung stellt denjenigen Teil des Raumes dar, welchen die Kameras nicht erfassten, während der rote Bereich in der Mitte des Grundrisses die Fläche des Raumes markiert, welche von allen drei Kameras eingefangen wurde. In der zweiten Erhebungsphase im November 2017 wurde trotz der veränderten Ausgangsbedingungen (der Raum wurde in der Zwischenzeit umgebaut und neu eingerichtet) versucht, die Aufstellungskonstellation der Kameras sowie deren Erfassungswinkel beizubehalten. Wie der schematischen Darstellung (siehe Abb. 2) zu entnehmen ist, ist die Fläche des Raumes allerdings kleiner geworden, was es ermöglichte, die Kameras dergestalt auszurichten, dass jeder Winkel des Raumes durch mindestens eine Kamera erfasst wurde.

3.4. Raumanalyse „Terry“

Im Folgenden wird eine *visuelle Erstanalyse* Mondada/Schmitt (2010b: 31) der räumlichen Struktur als konstitutives Element der darin stattfindenden

Face-to-Face-Interaktionen²⁰ vorgenommen. Diese wird der Analyse der Interaktionssequenzen (siehe Kapitel 6) aus drei Gründen vorgelagert:

1. Die nachfolgend diskutierten Raumstrukturen bilden in doppeltem Sinne den Rahmen der im Zentrum dieser Arbeit stehenden Interaktionen. Einerseits fungieren die Kameraperspektiven als Fenster (Kesselheim/Hausendorf 2007: 347), durch welches die Interaktionen, auf eine Zweidimensionalität reduziert, in den analytischen Blickwinkel geraten – und andererseits ermöglichen diese Perspektiven eine ganz eigene Analyseebene (Hausendorf 2010: 188), welche nebst der meta-reflexiven Frage nach den Präsuppositionen der Kamerapositionierung (welche indexikalisch auf gewisse Vorannahmen durch die Datenerhebungssituation verweist) auch die Frage nach der Interaktionsarchitektur (Hausendorf 2015: 61–65) in den Fokus rückt.
2. In der in Kapitel 6 vorgenommenen multimodalen Interaktionsanalyse wird eine grosse Bandbreite unterschiedlicher Sequenzen mit verschiedenen Personen und Konstellationen verhandelt, die nicht eliziert oder in sonstiger Hinsicht kontrolliert wurden. Das verbindende Element dieser Interaktionen besteht somit in der räumlichen Struktur, in welcher sich die Interaktionen abspielen. Um diese Strukturen und die daraus erwachsenden Benutzbarkeitshinweise (ebd.: 60, Hausendorf/Schmitt 2013) als räumliches und analytisches Fundament zu fassen, werden diese Vorbemerkungen der Analyse vorangestellt.
3. Dass im Falle der Werbeagentur «Terry» der entsprechende Raum mit dem Begriff «Kreativraum» bezeichnet wird, ermöglicht neben einer konsequenten Analyse dieser Struktur auch einen Einblick in die impliziten Kreativitätsvorstellungen eines solchen Raumarrangements (Kesselheim/Hausendorf 2007: 345) – welche über die konkrete multimodale Interaktionsanalyse hinaus eine Relevanz haben dürfte.

Da in diesem Zuge die Eruierung der raumeigenen Kommunikationsstrukturen und seiner Benutzbarkeitshinweise angestrebt wird, lohnt es sich, kurz die Perspektivität der Bildausschnitte (Abb. 3) zu diskutieren. Standbilder haben einen (einschränkenden) Einfluss auf die Analyse, und zwar nicht nur deshalb, weil sie einen dreidimensionalen Raum auf die zwangsläufige

20 „Face-to-Face-Interaktion ist ein unumgänglich räumliches Ereignis, und die Strukturen gegebener Räumlichkeit wirken über unterschiedlichste Implikationen auf die Interaktion ein.“ (Deppermann/Schmitt 2007: 24)

Zweidimensionalität des Bildes reduzieren, sondern auch aufgrund der gewählten Positionierung der Kameras. Wie die blaue Schraffierung in den oben abgedruckten Grundrissen (Abb. 1 und Abb. 2) schon vermuten lässt, lagen den gewählten Kamerapositionen zwei Überlegungen zugrunde: Zum einen sollte sichergestellt werden, dass die im Raum stattfindenden Interaktionen möglichst umfassend abgebildet werden, zum anderen sollten die Kameras durch diskrete Platzierung keine allzu grosse Ablenkung für die interagierenden Personen darstellen.²¹

Auch wenn die folgende Analyse der Raumstrukturen aus Gründen der Nachvollziehbarkeit den Raum von seinen äussersten Grenzen bis zum Zentrum hin nach Aufgaben geordnet vorstellen wird, entstand sie aus der Analyse aller erkennbaren Raumelemente, welche in aggregierter Form zur Identifikation ebenjener Aufgaben geführt hat. Wie im Folgenden nachgezeichnet wird, sind die im Raum angelegten Lösungen „[. . .] kommunikativer Probleme bzw. kommunikativer Aufgaben [. . .]“ (ebd.: 354) vielfältig und teilweise widersprüchlich.

21 Da diese Prämissen durchaus auch andere Standorte zugelassen hätten, sind die schlussendlich gewählten Positionen schon an sich produktiv für die Analyse nutzbar. Sie rücken den rot schraffierten Bereich (siehe Abb. 1 und Abb. 2), welcher von allen drei Kameras erfasst wird, ins Zentrum und markieren gleichzeitig den nicht erfassten blau schraffierten Bereich als für eine visuelle Analyse irrelevant. Das wirft zwingend die Frage auf, welche Raumstrukturen diese durch die Kamerapositionierung bedingte Relevantsetzung hervorgerufen haben könnten. Diese Überlegungen flossen in die nachfolgende Strukturierung der ‚Raumaufgaben‘ mit ein.



Kamera 1: a



Kamera 2: b



Kamera 3: c

Abb. 3: Standbilder des leeren Raumes (Aufnahme vom 21.01.2016 um 09:45)



Kamera 1: a



Kamera 2: b



Kamera 3: c

Abb. 4: Standbilder des leeren Raumes (Aufnahme vom 15.11.2017 um 08:23)

3.4.1. Entgrenzende Grenzen

Obgleich bislang immer von *Raum*strukturen und Benutzbarkeitshinweisen des ‚Raumes‘ die Rede war und die Bezeichnung ‚Kreativraum‘ von den Mitarbeitenden der Agentur Terry übernommen wurde, stellt sich bei näherer Betrachtung der Standbilder doch die Frage, ob es sich bei der abgebildeten architektonischen Struktur überhaupt um einen ‚Raum‘ im eigentlichen Sinne handelt. Folgt man der Duden-Definition, dass ‚Raum‘ einen „[. . .] von Wänden, Boden und Decke umschlossene[n] Teil eines Gebäudes o.Ä. [. . .]“ (Konopka/Wermke 2010: 748) bezeichnet, dann erfüllt das auf den Standbildern (Abb. 3) ersichtliche Konstrukt diese Bedingungen nur teilweise. Bis 2016 (siehe Abb. 1, Seite 38) war die quadratische Bodenfläche nur auf zwei der vier Seiten (siehe Abb. 3: *b*)²² bis zur Decke hin abgegrenzt, wobei sich die Frage stellt, ob es sich bei der links²³ ersichtlichen, bis an die Decke reichenden Tafel und den rechts im Bild befindlichen Fenstern um ‚Wände‘ im klassischen Sinne handelt. Die anderen beiden Grenzen der begehbaren Fläche markierten mit Büchern gefüllte Regalflächen (siehe Abb. 3: *a* links) oder durch Schiebetüren verschliessbare Schränke (siehe Abb. 3: *c* rechts), welche nur die Hälfte der Gesamthöhe vom Boden bis zur Decke einnahmen und somit den Blick auf den restlichen ‚Raum‘ zuließen. Des Weiteren war die innenarchitektonische Konstruktion zwar begehb., aber nicht abschliessbar – anstelle einer Tür markierte die freigelassene Fläche zwischen Buchregal und Säule (siehe Abb. 3: *a*) einen Zugang, durch welchen die quadratische Fläche betreten werden konnte. Aufgrund der fehlenden räumlichen Trennung durch eine Türkonstruktion oder sonstige Markierungen stellt die Kategorie ‚innen vs. aussen‘ für das vorliegende Konstrukt keine griffige Beschreibungskomponente dar, da allein auf Basis der architektonischen Gegebenheiten nicht klar definiert werden kann, ab welcher Position sich eine Person innerhalb des ‚Raumes‘ befindet. Dies hat sich auch nach

22 Den Standbildern der Kameras 1–3 (siehe Seite 42) wurden der einfacheren Lesbarkeit halber die Buchstaben „*a*“, „*b*“ und „*c*“ zugeordnet. Wenn im Folgenden auf eine Perspektive Bezug genommen wird, verweist der jeweilige Buchstabe auf die entsprechende Kameraperspektive.

23 Personenbezogene Richtungsangaben, also beispielsweise „M. dreht sich nach links“, orientieren sich hier und im Folgenden immer an der anatomischen Perspektive der jeweiligen Person; Auf den gesamten Raum oder die Situation bezogene Angaben sind jeweils aus der Betrachter- respektive Kameraperspektive zu lesen (also aus der Perspektive der Kamera 2 links).

der Umbauphase nicht grundsätzlich geändert (vgl. Abb. 4) – an die Stelle des Buchregales tritt nun eine Holzwand, die zwar höher ragt, den Raum nichtsdestotrotz von aussen einsehbar macht und Geräusche nur sehr eingeschränkt dämpft.

Analog dazu lässt sich festhalten, dass die oben erwähnten Strukturen zwar die begehbare Fläche des Raumes beschränken und somit eine Grenze der Bewegungsfreiheit darstellen, gleichzeitig aber im visuellen Bereich das Kategoriensystem ‚innen vs. aussen‘ ebenfalls unterlaufen und die Abgrenzung des Raumes funktional aufheben: Die Fensterfront reicht bis zum Boden und gibt nicht nur den Blick auf einen Ausschnitt des sich ausserhalb des Gebäudes Befindlichen frei, sondern ermöglicht dadurch auch nahezu unbeschränkte Einblicke. Die Regal- und Schrankkonstruktionen sind im wortwörtlichen Sinne ‚überschaubar‘ – und die Trennwandkonstruktion ‚durchsichtig‘. Selbst die einzige grosse undurchsichtige Fläche, die vertikal abgeschlossen ist (siehe Abb. 3: *b* links, *a* rechts, Abb. 4: *b* links, *a* rechts), hebt die Grenze des visuell Wahrnehmbaren auf, indem sie nicht nur als Tafel von oben bis unten beschrieben, bemalt und mit Ausdrucken behängt werden, sondern darüber hinaus auch mittels der vor ihr hängenden Projektionsleinwand und des zugehörigen Projektors als Hintergrund für digitale Präsentationen dienen kann.

Wenn man davon ausgeht, dass die erwähnten Strukturen Lösungsangebote für kommunikative Aufgaben darstellen, so lässt sich auf der Basis der Raumgrenzen schliessen, dass sie ihre eigene Aufhebung zum Ziel haben und nicht nur den Blick nach ‚ausser‘, sondern auch den Blick in den Raum²⁴ sowie das darin Stattfindende gewährleisten sollen. Gleichzeitig kann festgehalten werden, dass der Raum jederzeit offen steht und in diesem Sinne zur Partizipation an darin stattfindenden (Inter-)Aktionen einlädt.

24 Zu Beginn des Kapitels wurde auf die Unzulänglichkeit des Begriffes ‚Raum‘ für die untersuchte innenarchitektonische Struktur hingewiesen. Um jedoch allzu sperrige Umschreibungen zu vermeiden, wird er der Lesbarkeit halber weiter verwendet – mit dem expliziten Hinweis, dass es sich dabei zwar um einen verständlichen, allerdings nicht ganz zutreffenden Begriff handelt.

3.4.2. Zwischen Präsentation und Repräsentation

Bei näherer Betrachtung fällt auf, dass ein wesentlicher Teil der Einrichtung des Raumes darauf ausgerichtet ist, im doppelten Sinne etwas zu zeigen. Projektor, Tafel und Leinwand stellen einerseits Angebote zur Visualisierung dar und markieren andererseits den Raum auch als einen solchen, in dem ebendiese ‚technischen‘ Hilfsmittel zum Einsatz kommen können. Der Raum wird somit weniger als Erholungs-, sondern mehr als Arbeitsraum markiert, der verschiedene Möglichkeiten der visuellen Darstellung für den Austausch zwischen Personen anbietet. Projektor, Tafel und Leinwand sind also nicht nur Darstellungsobjekte, sondern geben als darstellende Objekte auch Hinweise auf die im Raum angelegten Nutzungssituationen – und somit auf den Raum als solchen.

Hinsichtlich der dominanten Grösse, zentralen Positionierung und (im Falle des Projektors und der zugehörigen Leinwand) mittigen Ausrichtung dieser Apparaturen liegt es nahe, die Benutzbarkeitshinweise (‚visualisiere mit mir!‘) dieser Objekte daraufhin zu überprüfen, ob sie auf den ganzen Raum übertragen werden können – ob also die durch sie nahegelegte Visualisierungs- respektive Vermittlungssituation eine Grundfunktion des Raumes darstellt.

Ginge man folglich davon aus, dass der Raum eigens dafür geschaffen worden wäre, visuelle Darstellungen einer grösseren Gruppe von Menschen zugänglich zu machen, dann liessen sich anhand des Vergleichs mit spezialisierten Räumen wie beispielsweise Klassenzimmern, deren Grundfunktionalität explizit auf eine Visualisierungs- und Vermittlungssituation ausgerichtet ist, einige (innen-)architektonische Widersprüche des Raumes offenlegen. Ein erster derartiger Widerspruch besteht in der Anordnung der drei Sitzgelegenheiten, welche eine zur Tafel hin geöffnete Einheit bilden und somit (im Sinne einer Anchlusserwartung) darauf verweisen, dass sie an einer allfälligen Rezeptionssituation von Visualisierungen an der Tafel oder Leinwand massgeblich beteiligt sind. Andererseits sind die Sitzgelegenheiten jedoch nicht darauf ausgerichtet, von möglichst jedem Sitzplatz aus einen freien und umfassenden Blick auf die Tafel respektive die Projektionsfläche zu gewährleisten. Vielmehr bilden die u-förmig angeordneten Sofas eine Lounge-ähnliche Sitzgruppe²⁵, die aufgrund ihrer Grösse kein flexibles

25 Der Begriff markiert eine „[. . .] generalisierende Bezeichnung für das Arrangement aus Sofa, Tisch und Sesseln“ (Linke 2012: 185)

und leicht anpassbares Sitzangebot bereithält und im Gegensatz zu einer ko-orientierten Ausrichtung (wie man sie beispielsweise aus Schulzimmern kennt) die Sitzenden aufeinander orientiert und zur Gruppe formt (Linke 2012: 207).

Des Weiteren ist das Raumarrangement nicht nur für die möglicherweise sitzenden Teilnehmer_innen, sondern auch für die im Darstellungsprozess mit den analogen oder digitalen Hilfsmitteln der Visualisierung befindliche(n) Person(en) nicht optimal auf Visualisierungs- oder Vermittlungssituationen abgestimmt. So ist die Wandtafel im wortwörtlichen Sinne eine wandfüllende Tafel, die im Vergleich zu herkömmlichen Tafeln, wie man sie beispielsweise aus dem Bildungsbereich kennt, in der Vertikalen mehr Platz für Darstellungen oder Beschriftungen bietet. Auch wenn die Tafel nicht bewegt werden kann, ist dieser zusätzliche Gestaltungsraum zum Boden hin zwar prinzipiell erreichbar, wenn dies auch mit zusätzlichem körperlichem Aufwand (und einer mitunter unangenehmen Körperhaltung) verbunden ist. Zur Decke hin ist er aber wohl nur für überdurchschnittlich grosse Personen aus dem Stand zu erreichen. Dies könnte eine Erklärung dafür sein, dass dieser zusätzliche Gestaltungsraum – wie in Abb. 3: *b* gut ersichtlich – im unteren Bereich nur partiell genutzt wurde und im oberen zum Zeitpunkt der Standbildaufnahme gar nicht.

Wie im vorherigen Kapitel bereits herausgearbeitet wurde, handelt es sich bei dem Raum um eine offene Konstruktion – welche nebst den schon erwähnten Implikationen auch einen Einfluss auf die Nutzungssituation des Projektors und der zugehörigen Leinwand hat. Da der Raum nicht abschliessbar ist und sich aufgrund der fehlenden räumlichen Trennung auch nicht vollständig verdunkeln lässt, stellt auch die Nutzung des Projektors sicherlich eine temporär mögliche, wahrscheinlich aber nicht die primäre Aufgabe des Raumes dar.

Somit lässt sich festhalten, dass die Raumangebote eine Visualisierungs- und Vermittlungsfunktion obengenannter Hilfsmittel nicht optimal unterstützen. Durch die angeführten Widersprüche wird deutlich, dass die innenarchitektonischen Gegebenheiten nur schwerlich als rein resultative Sedimente von Visualisierungs- und Vermittlungssituationen erklärbar sind. Gleichwohl nehmen Tafel, Projektor und zugehörige Leinwand eine so zentrale Position im Raum ein, dass der verweisende Charakter dieser Elemente, wenn nicht ausschliesslich deren effektive Verwendung im Zentrum steht, umso stärker als Funktion in Betracht gezogen werden muss. Demnach ist

also der Benutzbarkeitshinweis (‚visualisiere mit mir!‘) vor allem als raumbezeichnender Hinweis (‚hier wird visualisiert!‘) zu verstehen.

3.4.3. Erholung und dysfunktionale Arbeitsflächen

Die im vorangehenden Kapitel herausgearbeitete Gegenläufigkeit zwischen Benutzbarkeitshinweisen in Richtung von Arbeitstätigkeiten einerseits und innenarchitektonischen Widersprüchen der nahegelegten Benutzung andererseits lässt sich durch die Inklusion der restlichen Raumelemente noch zuspitzen und unter dem Stichwort ‚Arbeit vs. Erholung‘ zusammenfassen. So wird mittels Tafel, Projektor und Leinwand zwar markiert, dass es sich nicht um einen Entspannungsraum handelt, in welchen man sich zurückziehen und sich dadurch der Arbeit entziehen kann – gleichzeitig gibt es aber eine Reihe von Elementen, welche erholende Tätigkeiten nahelegen.

Ein erstes solches Element stellt die im vorangehenden Kapitel kurz erwähnte Sitzgruppe dar,²⁶ welche sowohl in ihrer Anordnung als auch ihren Ausmassen an eine Loungemöblierung erinnert. Dieser referenzielle Bezug ist insbesondere durch die daraus erwachsenden Benutzbarkeitshinweise produktiv. Loungemöbel wurden „[. . .] zu Beginn des 21. Jahrhunderts aus den Eingangshallen gehobener Hotels [. . .], grosser Bars und [. . .] Aussenräume[n] von Cafés in private Innen- und Aussenräume übernommen [. . .]“ (Linke 2012: 209). Bei dieser Übertragung aus öffentlichen Räumlichkeiten in private wurden nicht einfach nur Möbelstücke an einen anderen Ort transportiert, sondern auch der in ihnen angelegte Funktionskomplex in eine ‚neue‘ Umgebung transferiert. Die Sofas haben eine breite, niedrige und tiefe Sitzfläche, hohe, breite Rückenlehnen und Armstützen, sind also funktional auf ein Zurücklehnen, Versinken, „[. . .] auf eine atmosphärisch angenehme Vereinzelung angelegt“ (ebd.). Die aus dem grosszügigen Sitzflächenangebot resultierende „[. . .] eigene Sitz- und Schutzinsel [. . .]“ (ebd.) hat zweierlei Wirkungen:

26 Das Arrangement als Einheit zu betrachten, liegt nicht nur aufgrund seiner zentrierten und zentralen Position im Raum (Abb. 1 und Abb. 2) nahe, sondern ist auch durch die streng geometrische, achsensymmetrische Anordnung (alle Sofas sind gleichgross, der ‚Tisch‘ ist quadratisch) und die weissen, matt lackierten Seitenflächen der Sofas und des Couchtisches zu begründen, welche das Arrangement sowohl räumlich als auch optisch vom restlichen Interieur abgrenzen.

Einerseits „[. . .] erzeugt ihre Ausladung beträchtliche Distanzen zwischen den in ihnen Sitzenden [. . .]“ (ebd.) – was insbesondere Interaktionssituationen beeinflussen dürfte, die primär auf der verbalen Ebene ablaufen. Da die Distanz eine Einschränkung der gegenseitigen Hörbarkeit vermuten lässt, welche durch die Offenheit des Raumes noch verstärkt werden könnte, sind die Sitzgelegenheiten in diesen Fällen eher auf eine ko-orientierte Interaktion nebeneinandersitzender Personen oder auf rechtwinklige, über Eck stattfindende „L-arrangements“ (Kendon 1990: 213) ausgerichtet als auf eine vis-à-vis-Interaktion mehrerer Beteiligter in Sitzgelegenheiten, die einander gegenüberliegen.

Andererseits markieren Loungemöbel in ihren ursprünglichen Kontexten temporäre Übergangszonen, Orte, an denen man sich oft nur kurzzeitig aufhält, um sich entweder zu erholen oder auf etwas zu warten. Einen ganzen Arbeitstag lang ein solches Arrangement in einer Eingangshalle im wortwörtlichen Sinne zu besetzen, um mit einer grösseren Gruppe beispielsweise eine Besprechung durchzuführen, dürfte mit grösster Wahrscheinlichkeit soziale Sanktionierungen zur Folge haben. Ob sich dieser Umstand durch den Transfer der Loungemöblierung in eine privat(wirtschaftlich)e Umgebung verändert hat, wird anhand der erhobenen Interaktionsdaten zu überprüfen sein – die physikalischen Gegebenheiten der Sofas und die daraus resultierende Distanz zwischen den Sitzenden sind allerdings in jedem Fall zu berücksichtigen.

Dennoch legt das Arrangement im untersuchten Raum auch eine gesprächsorientierte Interaktion nahe, was vor allem dem Couchtisch zuzuschreiben ist, der das Zentrum bildet. Trotz der trennenden Distanz, welche er aufgrund seiner Grösse zwischen den Sofas herstellt, ist er dasjenige Element, welches die Verbindung zwischen den auf „Vereinzelung“ (Linke 2012: 209) angelegten Sofas markiert und einen Übergang zwischen den Sitzgelegenheiten darstellt. Der Couchtisch (auch in seiner 2017 aktualisierten Variante, vgl. Abb. 4) zeichnet sich nicht zuletzt durch seine niedrige Höhe aus, wodurch

„[. . .] seine Dysfunktionalität als Arbeitsfläche oder als Esstisch materiell explizit gemacht wird. [. . .E]r fungiert vielmehr als Leerstelle, die von den um ihn Sitzenden gefüllt werden muss, durch gesellige Kommunikation. Der Couchtisch definiert den Ort, an dem sich die Gesprächsfäden schneiden und verdichten.“ (ebd.: 207)

Ob und wie eine solche ‚Leerstelle‘ wirklich durch kommunikative Handlungen gefüllt wird, ist im Zuge der Analyse anhand der erhobenen Interaktionsdaten zu überprüfen (Kapitel 6). Festzuhalten ist an dieser Stelle allerdings, dass das Arrangement aufgrund seiner Form eher eine erholende denn eine arbeitend-schreibende Benutzung nahelegt. Dies lässt sich nicht nur anhand der niedrigen Höhe des Tisches, sondern auch an seiner relativen Position zu den Sofas aufzeigen. Der Freiraum zwischen den Sofas und dem Couchtisch ist knapp bemessen, sodass vor allem zwei mögliche Sitzpositionen nahegelegt werden: eine vornübergebeugte, gekrümmte (Schreib-)Haltung, welche den Tisch als Arbeitsfläche respektive als Schreibunterlage benutzt, oder eine zurückgelehnte, liegende Position, in welcher der Tisch als Fussablage dient. Nebst dem Aspekt der Körperhaltung, welche im ersten Fall auf Dauer unangenehm sein könnte, sprechen im ursprünglichen Raumarrangement denn auch zwei weitere innenarchitektonische Einrichtungselemente im unmittelbaren Umfeld der Sofa-Couchtisch-Konstellation für die zweite, entspannte Haltung.²⁷

Das erste Element ist der in Weinrot gehaltene, mit Ornamenten und Mustern verzierte Teppich, welcher nicht zentriert unter dem Couchtisch liegt, sondern sich (aus der Perspektive der Abb. 3: *b* links) unter der linken Hälfte des Arrangements befindet. Durch seine Farbe und Ausrichtung stellt der Teppich in zweifacher Hinsicht einen Kontrast zum restlichen Raum dar. Einerseits bricht er durch seine Lage die ansonsten streng geometrische Anordnung der Sitzgelegenheiten und des Couchtisches, andererseits ist er (abgesehen von den Lampenschirmen, auf welche im folgenden Absatz noch detaillierter eingegangen wird) auch das einzige grössere Element, welches sich von der ansonsten durchgängig dichotom gehaltenen, grau-weissen Farbgebung des Raumes abhebt. Obgleich beide Kontrastpunkte zum restlichen Raum eine spezielle Funktionalität ebendieses Teppichs nahelegen, fällt es schwer, eine konkrete Nutzungssituation zu ersinnen, in welcher der Teppich eine massgebliche Rolle²⁸ spielen könnte. Unter der Annahme, dass

27 Beide der nachfolgenden Elemente wurden beim Umbau verändert (siehe Abb. 4) respektive entfernt. Es ist keine Hintergrundinformation dazu vorhanden, ob ebendiese Gegenläufigkeit der Benutzbarkeitshinweise einen Einfluss auf die innenarchitektonische Entscheidung hatte, genau diese Elemente auszutauschen. Es kann jedoch konstatiert werden, dass die räumliche Anpassung exakt dieses Spannungsverhältnis bearbeitet.

28 Von Geräuschdämpfung über Schutz der darunterliegenden Fläche bis hin zum elementaren Bestandteil des Gebetes oder gar als Geste der Ehrerbietung (man denke an den ‚roten Teppich‘) wäre eine Vielzahl von Situationen denkbar, in welchen ein

es sich um einen geplanten, strukturierten Raum handelt, liegt die Vermutung nahe, dass gerade die Abwesenheit eines Benutzbarkeitshinweises die eigentliche Funktion des Teppichs darstellt – dass seine Funktion also vor allem darin besteht, einen Kontrast zum restlichen Raum zu bieten. Dieser als ‚ästhetisch‘ zu beschreibende Aspekt hat zweierlei Folgen. Zum einen lässt der Teppich den restlichen Raum durch den Bruch mit dessen farblicher und geometrischer Grundordnung unstrukturierter wirken (oder täuscht, umgekehrt formuliert, über die ansonsten klare Strukturierung des Raumes hinweg). Zum anderen verändert er aber auch die Erwartungshaltung an mögliche Interaktionen im untersuchten Raum. Während eine rein auf die Tafelwand (siehe Abb. 3: *b* links, *a* rechts) fokussierte Analyse noch auf strukturierte Vermittlungssituationen schliessen lassen könnte, muss dies spätestens mit der Inklusion des Teppichs hinterfragt werden, da er in diesem Kontext als ein zunächst dysfunktionales Element erscheint. Schliesst man den Teppich hingegen an die oben ausgeführten Funktionskomplexe der Loungemöblierung an, so lässt sich seine Funktionalität als ästhetischer Faktor konsistent in die Reihe der Erholung nahegelegenen Objekte einordnen.

Ähnliches kann auch zu den beiden Stehlampen (in Abb. 3: *b* sind beide gut ersichtlich) festgehalten werden. Ihre Funktion als Lichtquelle lässt sich, auf Basis ihrer vielen in Rot-, Grün- und Gelbtönen gehaltenen Lampenschirme, am ehesten als warme Hintergrundbeleuchtung beschreiben. Die Lichtqualität strukturiert den Raum sicherlich weniger explizit, als es beispielsweise für Spots gezeigt werden konnte (Kesselheim/Hausendorf 2007: 358f.). Allerdings lässt sich gerade aufgrund der Abwesenheit anderer künstlicher Lichtquellen dennoch eine Strukturierung des räumlichen Angebotscharakters ableiten. Die Stehlampen beleuchten vor allem die Eckplätze der Sofas und bieten dadurch ebendiese Sitzpositionen für Tätigkeiten an, welche auf eine Lichtquelle angewiesen sind. Aus dieser Perspektive ist es denn auch wenig überraschend, dass sich die Bücher in den raumteilenden Regalflächen (siehe Abb. 3: *a* links und *c* rechts) jeweils in unmittelbarer

Teppich eine funktionale Rolle übernimmt. Beim vorliegenden Teppich scheint jedoch keine dieser Situationen wirklich adäquat zu sein – die Geräuschkämpfung ist hinsichtlich des grauen Teppichbodens hinfällig, zum Schutz des Bodens, beispielsweise vor einem Verrücken der Möbel, ist er zu klein und nicht optimal positioniert, und die quadratischen Masse respektive die auf ihm platzierten Möbel sprechen deutlich gegen eine rituelle Handlungsanweisung.

Nähe der Stehlampen befinden und somit diesen Angebotscharakter nochmals unterstreichen. Trotz der dadurch nahegelegten Nutzungssituation des Lesens ist darauf hinzuweisen, dass das Design der Stehlampen weder auf eine möglichst stromeffiziente Beleuchtung noch auf rein praktische Aspekte der erzielten Lichtqualität und des Ausleuchtungswinkels ausgerichtet ist. Vielmehr wird aufgrund ihrer Beschaffenheit, die analog zum zuvor diskutierten Teppich einen farblichen und geometrischen Kontrast zum restlichen Raum herstellt, deutlich, dass auch sie eine ästhetische Funktion übernehmen. Die ungeordnete Struktur der Lampenschirme, deren Farbe und Position spielerische Elemente beinhaltet, verstärkt den Unterschied zwischen der Tafelwand und dem Loungemöbel-Arrangement – und unterstreicht weniger eine auf effiziente Arbeit ausgerichtete, sondern eher eine erholungsorientierte Nutzung des Raumes.

In der aktualisierten Variante des Raumes (siehe Abb. 4) wurden diese beiden Elemente bearbeitet – der Teppich wurde ersatzlos entfernt, die Lichtquellen wurden durch schlichtere Varianten ersetzt, welche stärkere gebündelte Lichtkegel produzieren, und das Bücherregal wich einer Holzvertäfelung, welche nun die Raumteilungsfunktion übernimmt. Die Beobachtung, dass im Zuge des Umbaus exakt diejenigen Elemente bearbeitet wurden, deren Benutzbarkeitshinweise als auf Erholung abzielend beschrieben wurden, lässt zumindest eine Tendenz vermuten, mit welcher dieser Raum weniger als Rückzugsfläche denn als Arbeitskonstrukt markiert wird.

Der Umstand, dass es sich bei dem untersuchten Raum um eine Teilfläche eines Stockwerks einer Werbeagentur handelt, wurde bislang bewusst ausgeblendet, um einen kontextunabhängigen analytischen Zugang zum Angebotscharakter der Objekte und Elemente des Raumes zu gewinnen. Gerade hinsichtlich des oben aufgezeigten Erholungsangebotes ist es an dieser Stelle jedoch unumgänglich, das Umfeld miteinzubeziehen. Denn obgleich der Angebotscharakter der Erholung durch die Sofas, den Couchtisch, den Teppich und die Stehlampen im Raum beleg- und aufzeigbar ist, handelt es sich um einen visuell offenen, unabgeschlossenen Raum in einem Arbeitsumfeld, das einerseits von Terminvorgaben und Leistungsdruck und andererseits von hierarchischen Strukturen und Teamarbeit geprägt ist (Zurstiege 2015: 47–66). Wie Linke (2012: 209) treffend festhält, ist die Beobachtbarkeit der Sitzsituation auch bei Loungemöbeln in den ‚ursprünglichen‘ Kontexten der Hotelhallen oder Cafés

gegeben,²⁹ allerdings unter dem nicht zu vernachlässigenden Aspekt, dass sich die „Insassen“ und das Umfeld nur im seltensten Falle kennen. In dem hier betrachteten Raum ist jedoch genau das Gegenteil der Fall – das Umfeld ist bekannt und steht mitunter in einer hierarchisch definierten Arbeitsbeziehung zur sitzenden Person. Eine ausgedehnte, offensichtliche Nutzung des Erholungsangebotes könnte daher nicht nur soziale, sondern auch arbeitsrechtliche Sanktionierungen zur Folge haben.

3.4.4. Kreativraum als Sediment impliziter Kreativitätsvorstellungen

Auf Basis der bisherigen Analysen erscheint es nicht nur fraglich, ob es sich bei dem untersuchten Raum überhaupt um einen ‚Raum‘ im eigentlichen Sinne handelt, sondern auch, ob die darin befindlichen Objekte eine kohärente Angebotsstruktur herstellen, die eine abschliessende Formulierung von Raumaufgaben erlaubt. Wenn man die bisherigen Befunde, Raumangebote und innenarchitektonischen Widersprüche gleichwertig in Betracht zieht, lässt sich konstatieren, dass weder ein kohärentes Angebot an Benutzbarkeitshinweisen vorliegt, das den ganzen Raum umfasst, noch ein solches, das nur Teilaspekte des Raumes betrifft.

In der Annahme, dass diese Widersprüchlichkeiten den Innenarchitekt_innen und Planer_innen nicht einfach passiert sind, sondern bewusst hergestellt wurden, lässt sich der Schluss ziehen, dass diese Inkohärenzen nicht (nur) auf mögliche Diskrepanzen zwischen nahegelegten Nutzungssituationen hinweisen, sondern vielmehr die eigentliche Aufgabe des Raumes darstellen. Wie bereits aufgezeigt wurde, ist der Raum mit einem breitgefächerten Repertoire an Angeboten ausgestattet, die allerdings durch die restlichen Raumstrukturen wortwörtlich an ihre Grenzen stossen, sobald sie imaginativ in konkrete Nutzungssituationen überführt werden. Dies ist vor allem aus der impliziten Annahme erwachsen, dass die Raumstrukturen als ‚Kreativitätsförderungsmassnahmen‘ auf eine Unterstützung konkreter Nutzungssituationen ausgelegt seien – wobei jedoch auch das Umgekehrte der Fall sein kann. Man denke beispielsweise an eine Kletterwand, wie sie in grösseren Turnhallen zu finden ist: Deren Aufgabe besteht gerade darin,

29 „Sie stellen ihre Insassen zwar den Blicken der Umgebung aus, bieten ihnen gleichzeitig aber durch ihr üppiges Raumangebot eine eigene Sitz- und Schutzinsel“ (Linke 2012: 209).

zwar einen zu erklimmenden Weg an die Decke bereitzustellen, diesen allerdings durch Variation der Griffabstände so zu gestalten, dass er eine Herausforderung darstellt und den Kletterer zur Verbesserung seiner Fähigkeiten anregt. Aus einer Perspektive, welche die implizite Annahme verfolgt, der Raum habe gewisse Handlungen zu fördern, stellen die Abstandsvariationen Hindernisse dar, welche nur schwerlich erklärbar sind. Betrachtet man die Hindernisse hingegen als funktional, wird das Potenzial der Raumstruktur erkenntlich.

Überträgt man diese Überlegungen auf den untersuchten Raum, kann festgehalten werden, dass die innenarchitektonischen Hindernisse durchaus eine Funktion übernehmen – sie fordern die im Raum interagierenden Personen dazu auf, aus vorstrukturierten Handlungsabläufen ausubrechen, den Aufforderungscharakter (Gibson 1979) der räumlichen Ressourcen auf ihre möglichen Potenziale zu erweitern und diese für die Herstellung der jeweiligen „Interaktionsräume“ (Mondada/Schmitt 2010b: 27) (be-)nutzbar zu machen. Der Raum legt dadurch eine interaktive Aneignung nahe, die je nach Nutzungssituation einen mehr oder weniger aufwendigen Prozess der Nutzbarkeitsmachung der relevanten Objekte (Hausendorf 2012) respektive eine partielle Neutralisierung von Benutzbarkeitshinweisen voraussetzt. In diesem Sinne ist der *Aufforderungscharakter* (Gibson 1979) des Raumes wortwörtlich als Aufforderung zur Interaktion *mit und in* den räumlichen Strukturen zu verstehen, was durch die visuelle und räumliche Offenheit der Fläche nochmals unterstrichen wird.

Stellt man die Ergebnisse zum untersuchten Raum dem (häufig normativ gefärbten) Forschungsstand zu kreativitätsfördernden Raumstrukturen gegenüber, kann ein weiterer Hinweis auf die durch den Raum bearbeiteten Aufgaben abgeleitet werden: In der Literatur findet sich häufig der Hinweis, die Strukturen sollten einen Austausch von verschiedenen Personen unterschiedlicher Fachbereiche und hierarchischer Ebenen gewährleisten, um eine innovationsfördernde Wirkung zu erzielen (Pelz/Andrews 1966, Utterback 1974, Allen 1985, Bender 2014). Die dokumentierten Umsetzungen versuchten daher vor allem durch Anordnung und Zuteilung der Räume die Laufwege zu manipulieren, um diese dann durch ein Sitzplatz-, Verweilungs- und Erholungsangebot in Begegnungszonen zu überführen, an welchen sich Möglichkeiten zum informellen Austausch ergeben (Allen/Henn 2007: 94–106). Ob diese Gesprächssituationen zwischen Personen aus unterschiedlichen Fach- oder Arbeitsbereichen tatsächlich kreativitätsfördernde Wirkung erzielen, ist aufgrund der oftmals fehlenden Belege oder

untermauernden Argumentationen (ebd.: 28) fraglich – der Hinweis auf die Hemmschwelle der Interaktion kann jedoch durchaus auch für den hier analysierten Raum fruchtbar gemacht werden. Der untersuchte Raum ist offen (siehe Kapitel 3.4.1), bietet eine Nutzung durch mehrere Personen an und legt durch seine Möblierung (siehe Kapitel Erholung und dysfunktionale Arbeitsflächen) Nutzungsmöglichkeiten nahe, die sich zumindest teilweise von einer effizienzorientierten Arbeitshaltung distanzieren. Obgleich der Begriff der Hemmschwelle eine Vielzahl an sozialen und kulturellen Implikationen beinhaltet, welche es schwer machen, ihn objektiv in ‚hoch‘ und ‚niedrig‘ zu differenzieren, so lässt sich doch zumindest festhalten, dass sich im untersuchten Raum keine Hinweise auf eine sozial stratifizierte Nutzungsbeschränkung finden und darüber hinaus weder Türen noch rundum abgeschlossene Wände existieren.

Versteht man den eigens zur ‚Kreativitätsförderung‘ geschaffenen Raum als materielles Sediment impliziter Kreativitätsvorstellungen, die in den räumlichen Strukturen und den durch sie bearbeiteten Aufgaben sichtbar werden, liesse sich auf Basis der obigen Überlegungen schliessen, dass die Vorstellung von dem, was gefördert werden soll, auf zwei Konstituenten zurückgeführt werden kann: auf den Ausbruch aus bestehenden Handlungsabläufen und den freien, offenen Austausch zwischen mehreren Personen.

3.5. Datenerhebung „Athene“

Die Videoaufnahmen aus dem Subkorpus «Athene» wurden im November 2017 und im März 2018 mit sieben Kameras und drei Mikrofonen in einer der grössten Werbeagenturen im deutschsprachigen Raum in einem Zeitraum von insgesamt vier Tagen erhoben. Der Datenerhebung gingen mehrere Besprechungen mit dem CEO der Agentur voraus, in denen die Rahmenbedingungen sowie der primäre Fokus der Untersuchung geklärt wurden. Somit kann davon ausgegangen werden, dass zumindest einem Teil der Mitarbeitenden bereits vor der Datenerhebung bekannt war, dass die Daten in einem nächsten Schritt transkribiert und mikroanalytisch ausgewertet werden würden – auch wenn die offizielle interne Kommunikation schlicht ein Forschungsprojekt der Universität Basel und damit verbunden die Kameras sowie deren Platzierung ankündigte. Die Datenerhebung selbst

war dabei einigen Limitierungen unterworfen; so durften keine Kameras in Besprechungsräumen installiert werden, welche dem Austausch zwischen der Agentur und Kund_innen dienen oder von Letzteren frequentiert werden könnten.

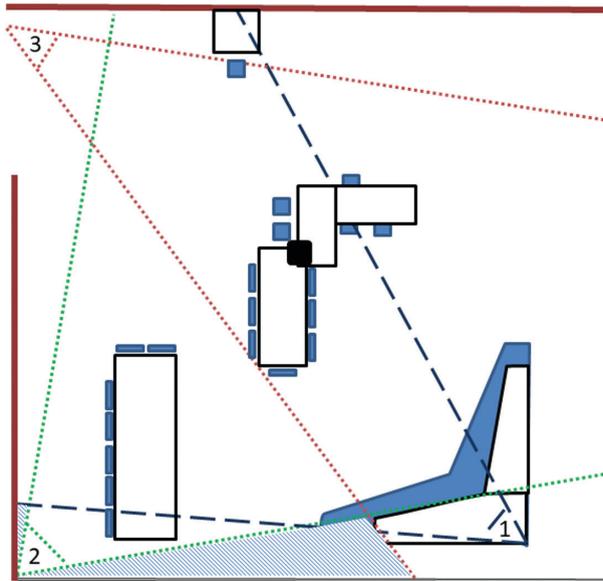


Abb. 5: Schematischer Grundriss des Aufenthaltsbereiches der Werbeagentur Athene 2018 (eigene Darstellung)

Dies bedeutet, dass diese Interaktionen nicht im Datenmaterial auftauchen (oder, in einigen Fällen, nachträglich gelöscht wurden). Daher können keinerlei Aussagen über den Abstimmungsprozess zwischen den Kund_innen, Berater_innen und den Personen, welche im Bereich der Kreation ange­stellt sind, getroffen werden. Die Daten (siehe Abb. 5, Abb. 6 und Abb. 7)³⁰ erfassen die Interaktionen innerhalb des allgemeinen Arbeitsbereiches der

30 Die Zahlen in den Abb. 5, Abb. 6 und Abb. 7 markieren wie in Abb. 1 und Abb. 2 die Position der installierten Kameras. Die von ihnen ausgehenden gestrichelten Linien bilden jeweils die Grenzen der durch sie erfassten Teile des Raumes ab. Blau schraffierte Flächen markieren Teile des Raumes, welche durch die Kameras nicht erfasst wurden.

«Kreation», die Besprechungen im Aufenthaltsbereich und Interaktionen innerhalb des Büro der beiden Chefs der Kreativabteilung (Datensatz «Athene»).

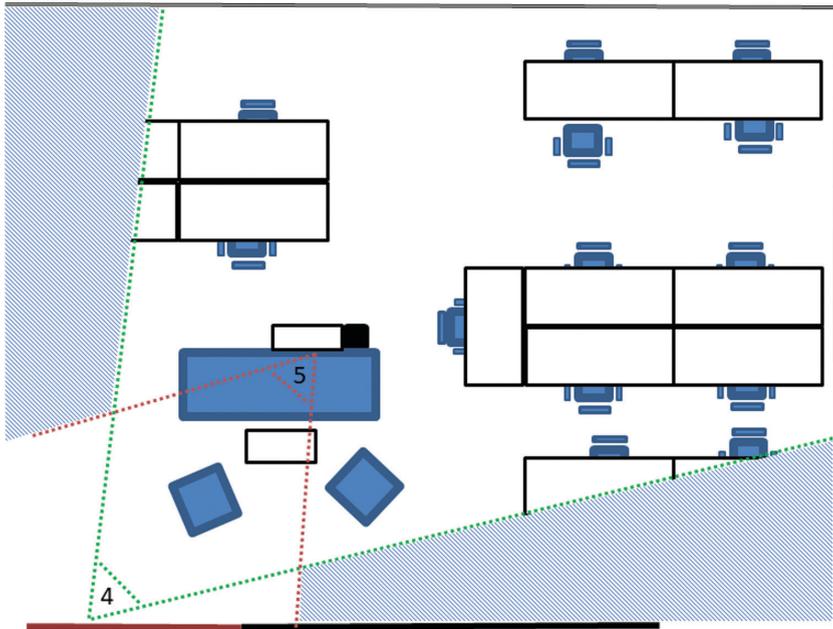


Abb. 6: Schematischer Grundriss des allgemeinen Arbeitsbereiches der Kreativabteilung der Werbeagentur Athene 2018 (eigene Darstellung)

Im Unterschied zur Erhebung in der Agentur «Terry» war es durch die architektonischen Gegebenheiten bestimmten Mitarbeitenden nicht möglich, sich einer Aufnahme komplett zu entziehen. Nichtsdestotrotz wurden auch hier Hinweisschilder an den Aufnahmeorten platziert, welche über die Aufnahmesituation informierten sowie auf die Möglichkeit einer nachträglichen Löschung hinwiesen. Von dieser wurde insbesondere im Aufenthaltsbereich und im allgemeinen Arbeitsbereich häufig Gebrauch gemacht.

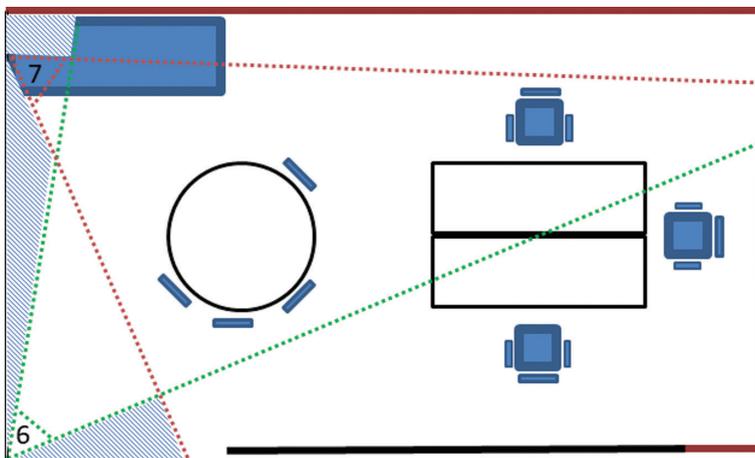


Abb. 7: Schematischer Grundriss des Büros der Leiter der Kreativabteilung der Werbeagentur Athene 2018 (eigene Darstellung)

3.6. Raumanalyse „Athene“

Die räumlichen Strukturen, in welchen sich die Interaktionen des Korpus „Athene“ abspielen, welche die Datengrundlage der vorliegenden Dissertation bilden, sind in mannigfaltiger Hinsicht anders strukturiert als diejenigen des Korpus „Terry“. Die kategorielle Setzung aus dem Feld, eine der erfassten räumlichen Strukturen durch die Bezeichnung „Kreativität“ explizit an einen Hervorbringungsort des Neuen zu koppeln, findet sich hier über die Bezeichnung des gesamten Komplexes als „Kreativabteilung“ nicht³¹ (vgl. Kapitel 3.4). Darüber hinaus sind die Angebotsstrukturen der drei Aufnahmesituationen nicht nur im Vergleich zu derjenigen des „Terry“-Korpus, sondern auch untereinander sehr divergent. Aus diesem Grund wird im Folgenden eine dreigeteilte Raumanalyse vorgenommen, wobei die drei räumlichen Strukturen (siehe Abb. 5-Abb. 7), in welchen Daten erhoben wurden, zunächst einzeln betrachtet und danach in einem

31 Obgleich die Werbeagentur „Athene“ in ihrer externen Kommunikation nicht mit Selbstbezeichnungen wie Disruption und Innovation spart.

zweiten Schritt (Kapitel 3.6.4) sowohl untereinander als auch mit den beschriebenen räumlichen Gegebenheiten des „Terry“-Korpus kontrastiert und verglichen werden.

3.6.1. Aufenthaltsbereich der Werbeagentur „Athene“

Wie bereits der Grundriss (siehe Abb. 5) nahelegt, handelt es sich bei der ersten räumlichen Struktur in der Werbeagentur „Athene“ um ein Arrangement, das nicht dezidiert einer bestimmten Personengruppe zugewiesen ist, sondern allen Mitarbeitenden der Agentur frei zugänglich zur Verfügung steht. Es ist insofern räumlich vom Rest der Agentur abgekoppelt, als es sich um den ersten Stock handelt, in dem auch der offizielle Eingang zur Agentur angelegt ist. Alle weiteren Räumlichkeiten, welche in die Datenerhebung eingeflossen sind, befinden sich ein Stockwerk tiefer und sind über eine Treppe vom Aufenthaltsraum sowie über eine separate Tür zugänglich, die nur von Mitarbeitenden geöffnet werden kann. Darüber hinaus dient der Aufenthaltsraum zugleich als Durchgangsraum, da er an die Bürostruktur eines anderen Dienstleistungsunternehmens angrenzt. Dies bewirkt, dass die Struktur durchaus einen halböffentlichen Charakter hat.

Entlang dieser Kontextinformationen lassen sich gewisse Strukturen im Raum in ein analytisch produktiveres Licht rücken. Bei Betrachtung der Tisch- und Stuhlkonstellation fällt deutlich auf, dass der Raum auf eine grosse Anzahl an Personen ausgerichtet ist, die sowohl mit- als auch nebeneinander agieren können. Die verschiedenen Tischhöhen und ihr Arrangement lassen zudem grundsätzlich Nutzungsszenarien durch verschiedenen Gruppen in unterschiedlichen Proximitäten zu. Koppelt man dies mit der Offenheit und prinzipiellen Unabgeschlossenheit des Raumes (Ähnliches wurde bereits auf Seite 44 in Bezug auf den Kreativraum in der Werbeagentur „Terry“ festgehalten), so ist der angelegten Nutzung eine interaktionsarchitektonische Spannung inhärent. Durch die Offenheit und oben beschriebene Halböffentlichkeit scheint der Raum nur schwerlich eine fokussierte Besprechungssituation zu ermöglichen, welche sich dem durch den Aspekt der Begehrbarkeit räumlich antizipierbaren Unterbrechungs- und Ablenkungspotenzial entziehen könnte. Die einzelnen Tischarrangements weisen trotz ihrer Höhen- und Distanzunterschiede eine unmittelbare Nähe im Sinne einer gegenseitigen Sicht- und Hörbarkeit auf, welche durch den Durchgangscharakter der räumlichen Struktur nochmals betont wird. In Verbindung mit den Stühlen, die,

ähnlich wie Hocker, keinerlei Rückenunterstützung anbieten, scheinen das Mobiliar und die räumliche Situierung aus dieser Perspektive primär einen kurzzeitigen Aufenthalt naheulegen – und sind offenbar nicht dezidiert auf längere, fokussierte Besprechungssituation ausgerichtet.

Ebenfalls analog zu den räumlichen Strukturen der Agentur „Terry“ (vgl. Seite 48) lässt sich ein Nebeneinander von Erholungsflächen (unter anderem in Form der an eine Sofadimension angelehnten Holzkonstruktion, auf der sich verschiedene Magazine befinden, und der Kaffeemaschine, welche in Kameraperspektive 3 links ersichtlich ist, siehe Abb. 8 links) und eines Arbeitssettings festhalten. Letzteres ist durch nahelegende Elemente wie die auf eine Verfügbarmachung von visuellen Inhalten ausgelegten Bildschirme sowie die grossen Tischflächen und Stuhlarrangements charakterisiert, die auf ein Miteinanderagieren ausgelegt sind. Diese Spannung wird durch die oben beschriebene Zugänglichkeit für Besucher_innen und Agenturmitglieder, aber auch Angestellte anderer Büroräumlichkeiten noch akzentuiert; eine Positionierung auf dem Sofa scheint in einem Arbeitskontext, der nicht zuletzt auch von einem nach aussen transportierten Selbstbild lebt, eher eine kurzfristige Option darzustellen.

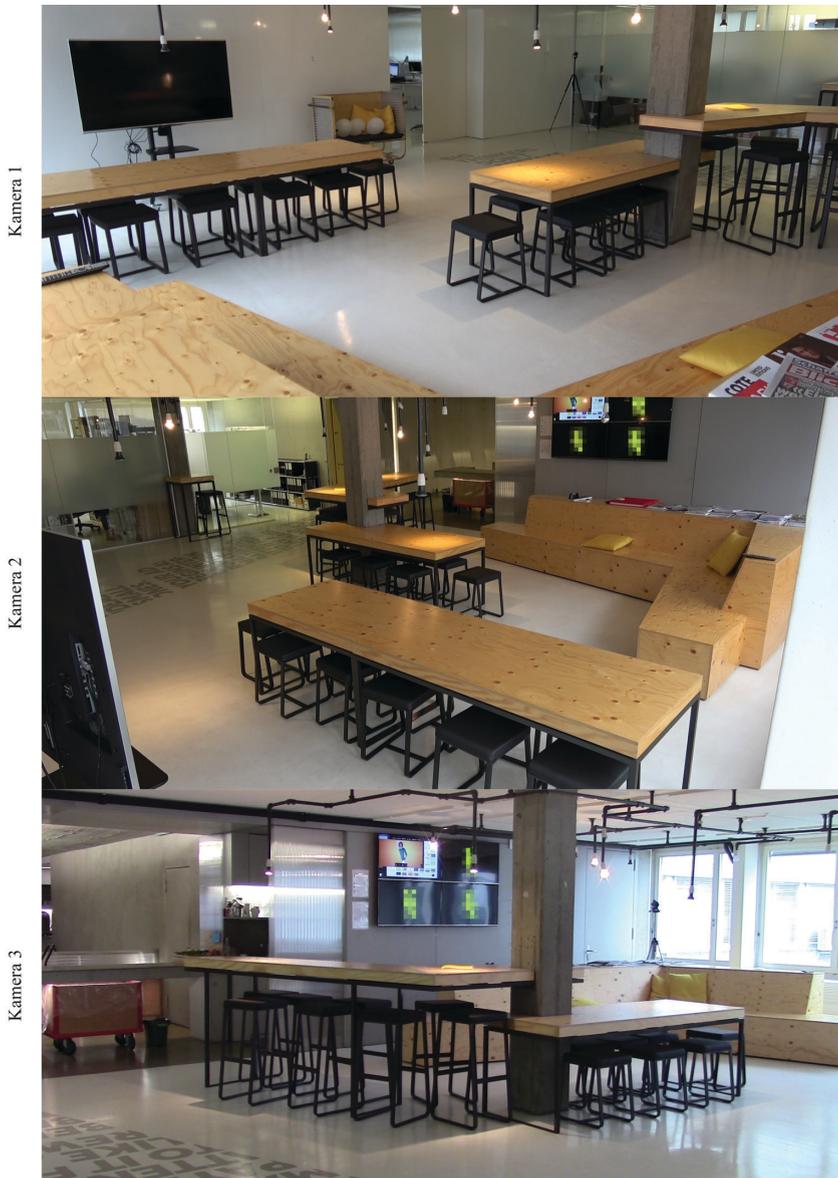


Abb. 8: Kameraperspektiven 1–3 des Aufenthaltsraumes der Werbeagentur „Athene“

3.6.2. Bürobereich der Kreativabteilung der Werbeagentur „Athene“

Die zweite räumliche Struktur des Datensatzes „Athene“ wird durch ein Grossraumbüroarrangement im eigentlichen Wortsinne dominiert; beim überwiegenden Teil der durch die Kameras erfassten Fläche handelt es sich um eine Bürostruktur, die einen grossen Raum einnimmt. Etwas differenzierter kann das Arrangement in Abb. 9 auf Seite 66, das sich aus der Perspektive der Kamera 4 im Hintergrund befindet, als ein „stimulus-rich office environment“ (Remmers 2011: 32) beschrieben werden, in welchem eine Spannung zwischen Angebotsstrukturen, welche sich auf fokussierte Einzelarbeit referenzieren lassen, und einer Konstellation ebendieser Angebote vorherrscht, welche auf ein kollaboratives Arbeitsumfeld zurückgeführt werden können.

Diese Koexistenz der beiden Nutzungsszenarien und die daraus resultierende Spannung lassen sich anhand der Interaktionsarchitektur und der daraus resultierenden Benutzbarkeitshinweise nachzeichnen (Hausendorf/Schmitt 2013). Auf der einen Seite ist zu konstatieren, dass die Mitarbeitenden dezidiert ihnen zugewiesene Arbeitsplätze in dieser Raumstruktur vorfinden, welche auf sitzende Computernutzung durch eine Person ausgerichtet sind. Jeder Arbeitsplatz verfügt über einen mobilen Drehstuhl mit Arm- und Rückenlehne, einen Bildschirm, eine Tastatur sowie einen Computer; weitere Visualisierungselemente oder kooperativ nutzbare Apparaturen sind nicht Teil der Grundausstattung. Bestimmte Arbeitsplätze sind zudem mit Tischlampen ausgestattet, welche nebst der generellen Raumbeleuchtung durch die an den Decken angebrachten Neonröhren individuell anpassbare Lichtquellen für die jeweiligen Tischflächen darstellen. Diesen auf grundsätzlich individuelle Nutzung ausgerichteten Angeboten des Interieurs steht der Umstand gegenüber, dass die Arbeitsbereiche weder visuell noch auditiv voneinander abgegrenzt sind. In diesem Bürobereich sind weder Trennwände oder geräuschkämmende Massnahmen (Mommertz 2009: 58–66) vorhanden noch lokal an den Arbeitsplätzen angebrachte Sichtschutzvorkehrungen. Die daraus resultierende generelle gegenseitige Sicht- und Hörbarkeit aller im Raum anwesenden Personen sowie die Zu-einander-Gerichtetheit einzelner Arbeitsplätze führt nicht nur dazu, dass die Bewegungen, Tätigkeiten sowie die Bildschirme beobachtbar sind, sondern versetzt die darin agierenden Personen darüber hinaus auch in einen Zustand konstanter potenzieller Wahrnehmungswahrnehmung. Die Interaktion mit anderen im Raum anwesenden Personen ist interaktionsarchitektonisch beinahe schon als Erwartungserwartung (Hausendorf/Schmitt 2013: 12) beschreibbar, die im

interaktiven Vollzug mit der auf Einzelnutzung ausgelegten Arbeitsplatzausstattung in Einklang gebracht werden muss – und dadurch eine interaktive Herausforderung antizipierbar macht, welche die Interaktionsteilnehmenden potenziell zu bewältigen haben werden.

Im Vordergrund des durch Kamera 4 erfassten sowie durch Kamera 5 prominent eingefangenen Winkels (siehe Abb. 9) befindet sich eine Sitzgruppe, die aus einem Sofa und zwei Sesseln besteht. Die Ausrichtung der Kameras rückt eine Vorannahme ganz anderer Natur prominent in den Vordergrund, welche bei der ersten Sichtung der Räumlichkeiten durch den Verfasser der vorliegenden Studie getroffen wurde: sie spiegelt wider, dass erwartet wurde, dass dieses Arrangement hinsichtlich des Erkenntnisinteresses der vorliegenden Arbeit von zentraler Bedeutung sein würde. Die implizite Annahme, dass Besprechungen und Austauschsituationen primär in diesem Arrangement stattfinden würden, gründete auf ebenjener Spannung, welche für die Grossraumstruktur oben beschrieben wurde – und darauf, dass die Sofamöblierung die einzige interaktionsarchitektonische Konstellation im Raum darstellt, die dezidiert auf eine sitzende Mehrparteieninteraktion (im Sinne einer Ko-Orientierung qua Sitzflächenausrichtung und Verweilbarkeit, vgl. ebd.: 13–21) hinweist. Die Positionierung und Ausrichtung der Kameras 4 und 5 stellen ein Dokument dieser Vorannahme dar, da sie ebendiese Erwartungshaltung an die Interaktionsarchitektur widerspiegeln, welche mit diesem Couchmöblierungsarrangement einherging (zur Relevanz des Couchtisches für die Interaktionsantizipation siehe Linke 2012: 207).³²

Einer der erkenntnisreichsten Befunde, welche sich aus der in der Kamerapositionierung manifestierten Erwartungshaltung ableiten lässt, steht ebenjener Erwartungshaltung diametral gegenüber. Während des gesamten Datenerhebungsverlaufs (siehe Tabelle 1: Übersicht über das Datenmaterial auf Seite 30) konnten nur fünf Besprechungssequenzen gezählt werden, welche in diesem Sofaarrangement stattfanden. Dies steht im deutlichen Kontrast zu anderen Konstellationen, die in die Datenerhebung einfließen (siehe Kapitel 3). Diese Besprechungen waren über ihr seltenes Stattfinden hinaus

32 Die Positionierung der Kameras lässt sich allerdings nicht ausschliesslich auf die erwartete Interaktion zurückführen; so lässt sich darin auch der Versuch nachzeichnen, die grundsätzliche Sichtbarkeit der Personen im Raum durch die Anwesenheit der Kamera nicht zusätzlich in einer möglicherweise unangenehmen Art und Weise zu akzentuieren.

zudem auffällig kurz – in nur einem Fall dauerte die Besprechung länger als fünf Minuten.

Dieser Befund widerspricht den oben ausgeführten Überlegungen nicht kategorisch, sondern wirft vielmehr ein Schlaglicht auf die Blindstellen einer isolierten Raumanalyse und hebt die Relevanz einer integralen Betrachtung des möblierten Raumes und der darin befindlichen Elemente im Zuge von Raumanalysen hervor. Auch wenn das Sofaarrangement per se hinsichtlich der Aspekte der Ausrichtung seiner einzelnen Elemente und der Verweilbarkeit eine solche Nutzung erwartbar macht, ist es im grösseren räumlichen Kontext bei genauerer Betrachtung aus den folgenden drei Gründen als sedimentierte Lösung für eine Einzelnutzung interaktionsarchitektonisch nur beschränkt dienlich:

1. Wie auf Abb. 9 aus der Kameraperspektive 5 ersichtlich wird, befindet sich das Sofaarrangement direkt neben den beiden Zugängen zum Raum (im Hintergrund ist die Tür zu erkennen, rechts der Gang) und ist somit an einem Durchgangsort positioniert. Die daraus resultierende Begehbarkeit respektive Unumgehbarkeit wird zusätzlich nochmals durch die Platzierung des für das ganze Stockwerk zentralen Druckers verschärft, welcher auf dem Standbild in Abb. 9 (Kamera 5) rechts neben der Tür zu erkennen ist. Sowohl der Drucker als auch die Türen tragen aufgrund ihrer Frequentiertheit dazu bei, dass die Couchkonstellation und die darin stattfindenden Interaktionen nicht nur grundsätzlich sichtbar, sondern darüber hinaus auch exponiert sind – und demnach in der Umkehrung potenziell von Ablenkungen geprägt sind. Auf Basis dieser Informationen muss der Aspekt der Verweilbarkeit, insbesondere für fokussierte, länger andauernde Besprechungen, im Kontext der Begeh- und Betretbarkeit des konkreten Raumausschnittes betrachtet und relativiert werden.
2. Spiegelt man die oben diskutierten raumanalytischen Befunde mit den in den Videoaufnahmen dokumentierten faktisch stattfindenden Interaktionskonstellationen, so rückt ein technischer Aspekt in den Vordergrund, der sich rein auf Basis der Raumanalyse zwar prinzipiell antizipieren lässt, aber in seiner Konsequenz bei alleiniger Beschreibung der Interaktionsarchitektur nur beschränkt erwartbar ist. Die oben beschriebene Spannung zwischen auf Einzelarbeit referenzierenden Angebotsstrukturen und fehlender Abtrennung ebenjener Arbeitsplätze wurde von den Mitarbeitenden während der Datenerhebung insofern

aufgelöst, als sie sich dafür jeweils individueller Lösungsmechanismen bedienen. Auf den Videoaufnahmen wird deutlich, dass eine überwiegende Mehrheit der Mitarbeitenden dem Aspekt der gegenseitigen Hörbarkeit insofern entgegenwirkt, als sie sich auditiv von ihrem direkten Umfeld durch Kopfhörer und gar Gehörschützer abzuschotten versuchen. Dies führt einerseits die oben diskutierte Spannung der Interaktionsarchitektur und der Konsequenz eines dergestalt möblierten Raumes konkret vor Augen, andererseits akzentuieren diese individuellen Lösungsstrategien der auditiven Abkapselung aber auch das kollaborative Potenzial der Arbeitsplatzausrichtung. Wenn die interaktionsarchitektonische Herausforderung der Hörbarkeit auf individueller Ebene gelöst wird (indem Personen, die sich potenziell an der Geräuschkulisse stören, sich auditiv aus dem Hörbereich herausnehmen können), sind Besprechungen, welche direkt zwischen den Arbeitsplätzen stattfinden, eine naheliegende Option, da die entsprechende Ko-Orientierung bereits durch die Möblierung angelegt ist. Dies bestätigen auch die Videodokumente; sowohl kürzere als auch längere Interaktionssequenzen werden über die Arbeitsplätze hinweg geführt, ohne dabei auf das Coucharrangement zurückzugreifen.

3. Die Relevanz einer räumlich-integralen Analyse zeigt sich nicht nur hinsichtlich der Rücksichtnahme aller im Raum vorhandenen Aspekte, sondern auch hinsichtlich der erweiterten Struktur, in welche der konkrete Raum eingebettet ist. So existieren in der Agentur „Athene“ weitere Räume, welche primär für Besprechungen mit Kund_innen vorgesehen sind, aber nach Verfügbarkeit auch intern für längere Sequenzen des direkten Austausches genutzt werden. Diese Räume sind aus datenschutztechnischen Gründen nicht in die Datenerhebung eingeflossen (siehe Kapitel 3.2, Seite 36). Auch wenn sie nicht Teil der Analysegrundlage sind, stellen sie dennoch einen Rahmen dar, der einen indirekten Einfluss auf die Nutzung des Bürobereichs hat. Das Sofaarrangement scheint aufgrund der oben genannten Aspekte der Betret-, Begeh- und Sichtbarkeit im Vergleich zu Räumlichkeiten, die dezidiert zur Bearbeitung dieser Aspekte gebaut sind, eine eher dispräferierte Option darzustellen.

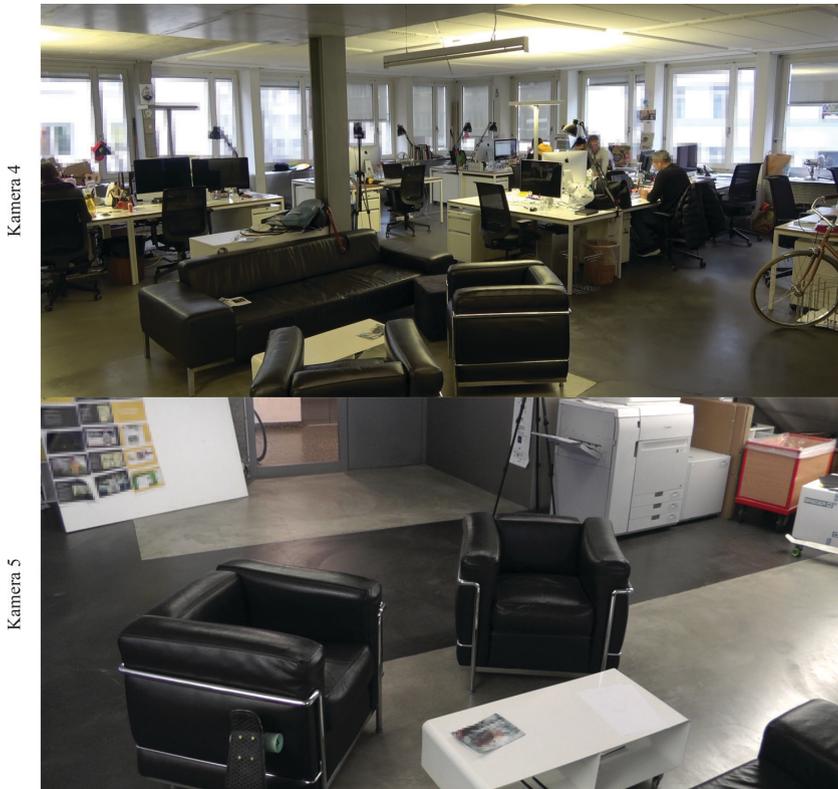


Abb. 9: Grossraumbüro der Kreativabteilung der Werbeagentur „Athene“

3.6.3. Büro der Creative Directors

Die dritte Raumstruktur, welche in den Datensatz „Athene“ eingeflossen ist, umfasst die Büroräumlichkeit der beiden Creative Directors (kurz CD) der Agentur. Diese leiten die Kreativabteilung und sind somit verantwortlich für die Kurationsprozesse der Agentur (Nöcker 2014: 141) und diesbezüglich abschliessend entscheidungsberechtigt. Der Raum schliesst (siehe Abb. 10, Kamera 5) ohne eine trennende Tür direkt an das oben beschriebene Grossraumbüro an, ist allerdings durch eine bis zur Decke reichende Schrankwand visuell von selbigem abgeschirmt. Die Arbeitsplätze und die Bildschirme der beiden CD befinden sich auf den beiden sich gegenüberliegenden und

einander zugewandten Tischen. Der Tisch an der hinteren Wand ist zum Zeitpunkt der Standbildaufnahmen unbesetzt.³³ Der aus der Kameraperspektive 6 und 7 links befindliche Arbeitsplatz ist mit einem statischen Desktopcomputer, einer Tastatur sowie einem Laptop ausgestattet, der rechte nur mit einem Laptop. Beide Arbeitsplätze sind zudem mit Drehstühlen auf Rollen ausgestattet, was nicht nur das Aufstützen der Arme auf den Lehnen ermöglicht, sondern auch eine zusätzliche Mobilität im Sitzen gewährleistet.

Im Unterschied zu bestimmten Arbeitsplätzen des Grossraumbüros (siehe oben) sind diese beiden Arbeitsplätze nicht mit zusätzlichen Beleuchtungselementen ausgestattet – das Licht stammt ausschliesslich von einer schlichten Deckenlampe sowie von den Fenstern, welche auf Hüfthöhe beginnend bis zur Decke hin die Seitenwand umspannen, an der die Kameras angebracht sind.

Die Arbeitsplätze der beiden CD befinden sich in dem Teil des Raumes, der, von der Kameraperspektive und dem Zugang zum Raum her betrachtet, hinten liegt, und sind somit nicht direkt vom Grossraumbüro her einsehbar. Diese Beobachtung kann als Implikation auf den sich durch die Interaktionsarchitektur ergebenden Raum-als-Ressource gelesen werden; die im Zentrum befindlichen Arbeitsplätze sind durch die eingeschränkte Sicht- und Begehbarkeit einerseits auf eine Face-to-Face-Interaktion ausgelegt, ermöglichen andererseits aber auch ein isoliertes Arbeiten.

Der vordere Teil des Raumes wird von einem runden Tisch dominiert, um den herum vier Stühle arrangiert sind. Zudem befindet sich an der (wiederum aus der Perspektive der Kameras 6 und 7 betrachtet) linken Wand bündig zur Fensterfront ein Sofa und daneben ein brusthohes Regal. Insbesondere der Tisch und die vier Stühle verweisen darauf, dass der Raum nicht ausschliesslich von den beiden CD genutzt wird, sondern auch eine kollaborative Nutzung von bis zu vier Personen am Tisch möglich ist. Das Sofa und der runde Tisch sind vom Grossraumbüro her direkt sichtbar (und umgekehrt) – ein Umstand, der dazu beiträgt, dass Besprechungen, welche

33 Da sich der Datensatz „Athene“ aus zwei Erhebungsperioden zusammensetzt (siehe Tabelle 1 auf Seite 30), ist dieser Zustand nicht für alle im Rahmen der Analyse (Kapitel 6) diskutierten Daten zutreffend; bei der zweiten Datenerhebungssequenz war dieser Tisch mit einem zusätzlichen Arbeitsplatz – bestehend aus einem Desktopcomputer, Tastatur und Drehstuhl – ausgestattet, an dem ein Mitarbeiter einer anderen Zweigstelle der international operierenden Agentur arbeitete.

am Tisch stattfinden, vom Grossraumbüro her wahrgenommen werden können³⁴.

Die Funktion von Sofas in Arbeitskontexten wurde in den oberen Abschnitten (siehe Abschnitte Erholung und dysfunktionale Arbeitsflächen, aber auch Aufenthaltsbereich der Werbeagentur „Athene“ sowie Bürobereich der Kreativabteilung der Werbeagentur „Athene“) bereits in Extenso diskutiert. Nichtsdestotrotz unterscheidet sich dieses Sofa von den bisher diskutierten in einem zentralen Punkt: es steht allein. In den anderen Konstellationen war das Sofa entweder flankiert (respektive opponiert) von weiteren Sitzgelegenheiten auf derselben Sitzhöhe oder trat gar als erweiterte Konstellation auf, die eine sitzende L-Formation (Kendon 1990: 213) im Zuge einer Eckkonstruktion erwartbar macht. In diesem Falle ist das Sofa hingegen an keine andere Struktur auf derselben Sitzhöhe angebunden – und stellt somit interaktionsarchitektonisch eine Ausnahme dar, die verschiedene Asymmetrien hinsichtlich der verfügbaren Ressourcen antizipierbar macht. Wer auf dem Sofa Platz nimmt, hat automatisch einen niedriger gelagerten Aktions- und Visusrahmen als bei der Wahl einer anderen Sitzgelegenheit, sowie einen eingeschränkten Zugang zu den im Raum vorhandenen interaktionsarchitektonischen Ressourcen des Mobiliars. In sitzender Position können vom Sofa aus weder die Tische als Arbeitsflächen genutzt werden, noch sind technische Apparaturen, zu deren Nutzung man zwei Hände braucht (wie beispielsweise Laptops oder Zeichenpads) ohne Einbezug des eigenen Körpers als Ablagefläche nutzbar. Des Weiteren unterscheidet sich das Sofa hinsichtlich der damit einhergehenden Mobilitätseinschränkung von den anderen Sitzgelegenheiten des Raumes; während sich die beiden Drehstühle frei im Raum herumrollen lassen und die restlichen Stühle verschoben und neu ausgerichtet werden können, ist Mobilität in Bezug auf das Sofa mit einer Veränderung der Körperstellung und in vielen Szenarien mit einem Aufstehen und Verlassen der Sitzfläche verbunden. Auch wenn dies für alle diskutierten Sofaarrangements in den diskutierten Erhebungsumfeldern dieser Studie gilt, wird es in dieser räumlichen Struktur in besonderem Masse evident und relevant, da der Mobilitätsaspekt der Sitzgelegenheiten so deutliche Unterschiede aufweist.

34 Diese Beobachtung spielt hinsichtlich der daraus resultierenden Koordination der Begehbarkeit des Raumes im Datenmaterial an mehreren Stellen eine Rolle, vgl. exemplarisch Kapitel 6.7.1.

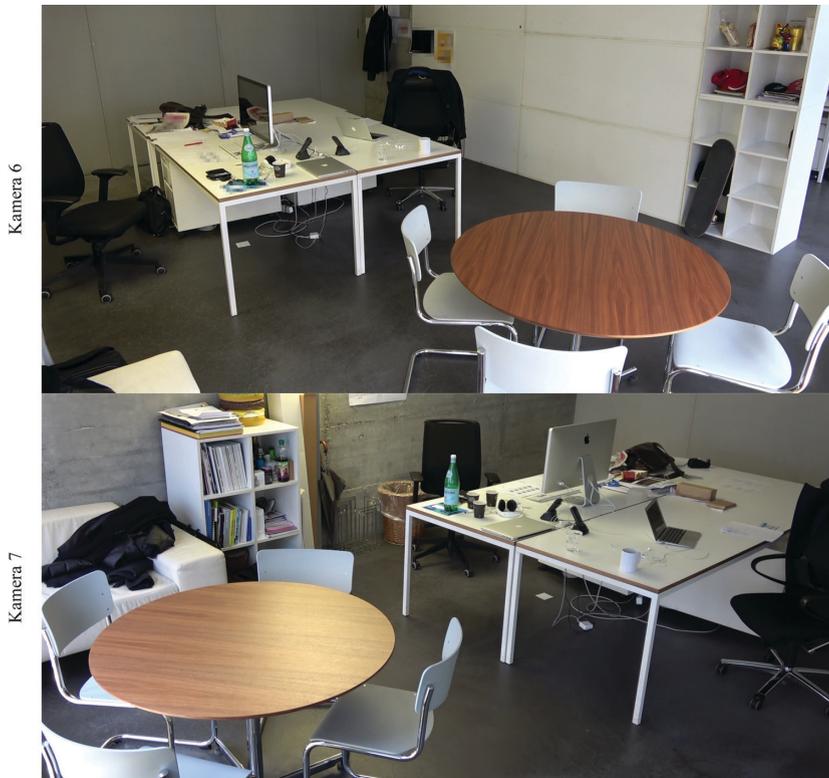


Abb. 10: Büroraum der Creative Directors

3.6.4. Gestaltete Kontraste und inszenierte Zufälligkeiten

Ogleich die oben beschriebenen Raumstrukturen der Agentur „Athene“ in den Dimensionen der Begeh-, Verweil-, Betret- und Sichtbarkeit markante Unterschiede aufweisen, werden in einer kontrastiven Gesamtbetrachtung der Räume Gemeinsamkeiten evident, welche über die interaktionsarchitektonische Implikation hinaus analytisch fruchtbar gemacht werden können und ein Schlaglicht auf sedimentierte Praktiken und vorherrschende Normen innerhalb des untersuchten Felds werfen. Um die Fülle an Einzelbeobachtungen wiederkehrender Elemente zu bündeln, werden die analytischen Befunde in der Folge in drei Aspekten verdichtet diskutiert.

i. Gestaltete Kontraste

Das Mobiliar der Agentur „Athene“ ist in seiner Farbgebung und Komposition von verschiedenen innenarchitektonischen Grundsätzen geprägt, was auf eine bewusste Gestaltung schliessen lässt³⁵. Die Farbgebung der Möblierung im Grossraumbüro und in den Büroräumlichkeiten der CD setzt stark auf eine durch Komplementärkontraste erzeugte simultane Helligkeit; schwarze und weisse Flächen wechseln sich ab, wobei der schwarz gehaltene Boden und die unverputzte Betondecke diese Akzente zusätzlich verstärken. Der Gestaltungsaspekt der Arbeitsbereiche äussert sich aber auch hinsichtlich der Wahl des Arbeitsmobiliars. Als Designklassiker stellen die Möbel auch mittels ihrer Materialität eine Grundstruktur dar, die sich konsequent über alle Arbeitsplätze erstreckt. Die Anzahl der Materialien, welche das Mobiliar und die innenarchitektonische Ausgestaltung dominieren, ist stark reduziert; neben teils pulverbeschichtet schwarz gefärbtem Metall und den weissen kunststoffbeschichteten Arbeitsflächen dominiert der unverputzte Beton, der an Decke und Wänden den Stahlskelettbau, welcher Anfang des 20. Jahrhunderts die Konstruktion ebendieser grossen und offenen Räume überhaupt erst möglich machte (Kapsreiter 2019: 125), schnörkellos zur Schau stellt. Gebrochen wird die industriell anmutende Materialität durch einzelne Lederelemente (siehe Sofas in Abb. 9 und Abb. 10) und furnierte³⁶ Holzflächen, die insbesondere im Aufenthaltsraum sehr deutlich zu Tage treten (siehe Abb. 8). Die für geschulte Augen offensichtliche Gestaltung dieser Räumlichkeiten lässt sich auch in der Agentur „Terry“ beobachten und unterstreicht damit zweierlei: Einerseits handelt es sich bei der Gestaltung der Räumlichkeiten nicht um eine rein industriebürokratisch organisierte Addition von Arbeitsplätzen (Bahrdt 1972), sondern um ein Arrangement, das auf Basis innenarchitektonisch klar definierter Gestaltungselemente auf ein ästhetisches Moment verweist, welches als Sediment des Gestaltungsimperativs innerhalb des Arbeitsfeldes (Koppetsch 2006b) betrachtet werden

35 An dieser Stelle sei den Mitarbeitenden des Lehrstuhles für Innenarchitektur an der HSLU gedankt, die mit ihren geschulten Augen diese Beobachtungen kritisch überprüft haben.

36 Die Furnierart ist an dieser Stelle ebenfalls erwähnenswert, da es sich um ein Schäl-furnier handelt, das sich zwar durch die grossflächige Herstellung durchaus anbietet, gleichzeitig jedoch aufgrund seiner günstigen Herstellung und der damit einhergehenden niedrigen Wertigkeit mit den ansonsten eher hochpreisigen Gestaltungselementen in einem innenarchitektonischen Spannungsverhältnis steht.

kann. Andererseits ist die Gestaltung nicht ausschliesslich im Hinblick auf die Arbeitnehmenden zu betrachten, sondern schliesst, wie auch in der Agentur „Terry“, den repräsentativen Charakter dieser Gestaltung zur Aussenwirkung explizit mit ein – die Räume sind nicht nur Orte, an denen Werbung entsteht, sondern stellen selbst Werbung dar.

ii. Inszenierte Zufälligkeiten, zufällige Inszenierungen

Auch wenn die räumlichen Strukturen als gebaute Gegebenheiten und das Mobiliar als innenarchitektonische Entscheidung gestalterisch und interaktionsarchitektonisch einen Rahmen vorgeben, handelt es sich bei den drei oben diskutierten Räumen (siehe 59-69) doch auch um Strukturen, welche die Angestellten nicht unberührt lassen, sondern welche diese sich in einer gewissen Form angeeignet haben. Aspekte der Aneignung lassen sich nicht nur als Privatisierung der eigenen Arbeitslandschaft (zur nicht ganz unproblematischen Metapher der Landschaft im Arbeitskontext siehe Rumpfhuber 2013: 30) beschreiben, sondern auch – gerade in diesem hochaufgeladenen Feld der *creative economy* (Florida 2002) – als materialisierte Sedimentierung eines Arbeits- und Rollenverständnisses. Aus diesem Blickwinkel geraten Objekte in den Fokus, die, oberflächlich betrachtet, zufällig erscheinen, sich jedoch bei näherer Analyse nicht nur wiederholen, sondern eine kategorielle Musterhaftigkeit aufweisen. So finden sich in den Räumlichkeiten auffällig häufig Objekte, die als Referenzen auf arbeitsnormativ relevante Manifestierungen im Privaten verstanden werden können: Skateboards (Abb. 10: Kamera 6) und Fahrräder (Abb. 9: Kamera 4), Ukulelen (Abb. 9: Kamera 4, hinten links) bis hin zu luftballonähnlichen Designobjekten (Abb. 8: Kamera 1) sind Gegenstände, die ihre (vorübergehende) Anwesenheit sicherlich einer zufälligen Notwendigkeit verdanken könnten, sich in ihrer Gesamtheit aber auf eine die Gestaltung der Räume gleichsam doppelnde Inszeniertheit beziehen lassen, welche sich mit der Dualität von Begehren und sozialer Erwartung soziologisch als Sedimentierung eines imperativischen Kreativitätsdispositivs (Reckwitz 2014: 10) beschreiben lässt. Die Mitarbeitenden in der Agentur prägen durch ihre Tätigkeit nicht nur den Puls der Zeit, sondern verkörpern ihn auch im Zuge der Selbstdarstellung des inszeniert Privaten am Arbeitsplatz. Diese Perspektive reiht sich in die Beobachtungen der Agentur „Terry“ (Seite 46f sowie 53f) ein und schliesst an soziologische Studien aus diesem Feld an (Koppetsch 2006a, Krämer 2014).

iii. Gegenläufige Benutzbarkeitshinweise

Bereits im Zuge der Raumanalyse der Agentur „Terry“ wurde darauf verwiesen, dass sich eine Gegenläufigkeit der referenziellen Bezüge des Mobiliars beobachten lässt, die in Bezug auf die Benutzbarkeit als Spannungsfeld zwischen Arbeit und Erholung (48ff) beschrieben und zugespitzt werden kann. Dass ebendiese Aspekte sich auch in jeder einzelnen der oben diskutierten Räumlichkeiten der Agentur „Athene“ beobachten lassen, deutet zwar nicht zwingend auf eine Generalisierbarkeit dieser Befunde hin, stärkt allerdings die Annahme, dass dieses Spannungsverhältnis nicht zufällig entstanden ist, sondern bewusst platziert wurde und repräsentatorischen Zwecken dient (siehe analog 71). Gerade in Bezug auf die oben diskutierten Raumstrukturen und die darin platzierte Möblierung liesse sich eine solche Vermutung entlang derjenigen Elemente argumentativ untermauern, welche in einem auf Arbeit und Effizienz ausgelegten Kontext dysfunktionale Aspekte aufweisen. In diesem Zuge geraten die Sofa- und Coucharrangements (Abb. 8, Abb. 9, Abb. 10) in den Fokus, die sich durch eine tiefere Sitzhöhe auszeichnen. Wie bereits entlang des Kreativraumes der Agentur „Terry“ (S. 48ff) entwickelt wurde, lässt sich dies hinsichtlich der Ausrichtung, Sitzhöhe und -tiefe des Mobiliars, der fehlenden oder in Form eines Couchtisches ergonomisch dysfunktionalen Arbeitsfläche sowie der mit ihrer räumlichen Platzierung einhergehenden Sichtbarkeit primär auf repräsentative Funktion zurückführen.³⁷ Darüber hinaus finden sich insbesondere im Büro der CD, aber auch im Grossraumbüro eine Reihe von Regalen und Ablageflächen, die nicht dezidiert der Ablage arbeitsrelevanter Unterlagen oder Zwischenlagerung häufig genutzter Gegenstände dienen, sondern den Zweck erfüllen, repräsentative Gestaltungselemente sichtbar zu machen.

37 An dieser Stelle sei der Begriff der „Arbeitswohnlichkeit“ (Kapsreiter 2019: 132) erwähnt, welcher die oben beschriebene Gegenläufigkeit der Benutzbarkeitshinweise im Sinne einer organisationalen Gestaltung der Räume unter der Einbindung „individueller Aspekte in das Büromilieu“ zur Evozierung eines „Freizeitcharakters“ verdichtet. Diesem Aspekt möchte die obige Ausführung nicht widersprechen – sondern vielmehr auf den zusätzlichen Moment der Aussenwirkung ebendieses Arrangements hinweisen.

4. Kreativität – Ein interdisziplinärer Überblick

Es existieren unzählige Definitionen von *Kreativität*, die sich nicht nur zwischen, sondern auch innerhalb der sich damit befassenden akademischen Fachbereiche in wesentlichen Punkten unterscheiden. Obgleich die vorliegende Studie weder den Anspruch noch das Ziel hat, diese Vielzahl an Kreativitätsdefinitionen in ihrer Ganzheit abzubilden, ist eine genaue Begriffsarbeit und die damit einhergehende Verortung des Phänomens *Kreativität* für die nachfolgende Analyse gegenstandskonstitutiv – und dementsprechend methodologisch unabdingbar. Die auf den folgenden Seiten avisierte Verortung zielt explizit nicht darauf ab, falsifizierbare Annahmen über Kreativität zu eruieren, noch versucht sie, ein scholastisches Kategoriensystem zu postulieren. Vielmehr soll sie, einen praxeologisch inspirierten Weg einschlagend (Schmidt 2012), anhand der panoptischen Darstellung verschiedener Perspektiven auf das Phänomen der Kreativität einen Ankerpunkt setzen, welcher der analytischen Annäherung an die Daten als Ausgangs- und nicht als Endpunkt dient; ein Ausgangspunkt, der durch die mikroanalytische Aufarbeitung der Daten kontinuierlich angereichert, destabilisiert und restrukturiert werden kann (siehe Kapitel 2.2).

Es wird offensichtlich, dass diese programmatische Haltung nach einer offenen Gegenstandskonstitution verlangt, welche bestehende wissenschaftliche Erkenntnisse integrativ und komparativ auf einen gemeinsamen Nenner reduziert, der gegenüber den Daten als Arbeitsheuristik angewendet werden kann.

Dementsprechend soll in der Folge ein genereller Überblick über die dominierenden wissenschaftlichen Ansichten in der Linguistik, die ihr benachbarten Disziplinen sowie die den wissenschaftlichen Diskurs dominierenden Fachbereiche innerhalb der Kreativitätsforschung herausgearbeitet werden. Die Zielsetzung dieses Überblicks besteht darin, eine Arbeitsheuristik der Kreativität zu entwickeln, welche den Ausgangspunkt für ein interchargierendes System darstellt, in dem die empirischen Erkenntnisse der multimodalen Interaktionsanalyse mit dem interdisziplinär begründeten Gegenstands begriff reziprok und kontinuierlich in Austausch gebracht werden können.

Aus diesem programmatischen Anspruch ergeben sich folgende Anforderungen an den Überblick und die daraus resultierende Arbeitsheuristik:

- Wenn die Arbeitsheuristik auf Basis der interdisziplinären Recherche einen interaktionsanalytisch anschlussfähigen kleinsten gemeinsamen Nenner der fachspezifischen Studien und Überlegungen widerspiegeln soll, muss sie sowohl den Limitierungen der Datengrundlage (siehe Kapitel 3) als auch den Anforderungen der Analysemethode (siehe Kapitel 2) Rechnung tragen.
- Damit geht einher, dass die Extension des *Definiendums* (Pawlowski 1980: 10) limitiert ist; die arbeitsheuristische Definition will und kann keinen allgemeingültigen Anspruch³⁸ haben, sondern ist in ihrer Ausgangsform auf die Datengrundlage und den methodischen Zugang beschränkt.
- Das primäre Ziel der Definition besteht demnach darin, einen Ausgangspunkt für die Eruiierung der situierten *accomplishments* der sozialen Ordnungsbildung innerhalb der im Korpus abgebildeten Kreativwirtschaft zu bilden, um diejenigen Sequenzen eruiieren zu können, in denen Hervorbringungen von den Interaktionsteilnehmer_innen als *kreativ* markiert werden.
- Darüber hinaus muss das *Definiens* (ebd.: 11) so formuliert sein, dass es auf Irritationen der Analyseresultate (vgl. Schmidt 2012) eingehen und darauf basierend im Zuge der Analyse adaptiert werden kann.

Vor diesem Hintergrund bildet im Folgenden die Psychologie den Auftakt zum Überblick über das interdisziplinär fragmentierte Feld der Kreativitätsforschung (siehe Kapitel 4.1). Der Grund liegt nicht nur darin, dass sie eine der ersten wissenschaftlichen Disziplinen war, welche sich programmatisch mit der Kreativität auseinandergesetzt haben (vgl. Guilford 1950) und seitdem den wissenschaftlichen Diskurs um Kreativität massgeblich prägen, sondern auch darin, dass sich die psychologische Perspektive auf Kreativität im Laufe der Jahre sukzessive ausgeweitet, differenziert und reorientiert hat.

In einem nächsten Schritt widmet sich der kursorische Überblick dem soziologischen Blickwinkel (Kapitel 4.2), der in den letzten Jahrzehnten insbesondere die Kreativität im deutschsprachigen Raum sukzessive in

38 Die Arbeitsheuristik wird also nicht versuchen, Kreativität im Allgemeinen zu definieren.

den Fokus genommen hat und sowohl theoretische als auch ethnografische Zugänge zu den Praktiken in der Kreativwirtschaft bereitstellen konnte.

Der dritte Abschnitt fokussiert sich auf die Philosophie (Kapitel 4.3) und wirft ein Schlaglicht auf die grundsätzlichen Überlegungen, Prämissen und Zugänge der modernen philosophischen Arbeiten zu Kreativität.

Um den fachbereichszentrierten Blick auf Kreativität abzuschliessen, konzentriert sich ein weiteres Kapitel auf die Linguistik (Kapitel 4.4). Dabei wird einerseits zwischen den Konzeptionierungen von *Kreativität* differenziert, welche innerhalb der einzelnen Subdisziplinen sehr unterschiedlich gehandhabt werden, und andererseits in partieller Abgrenzung zu den wirkmächtigsten Postulierungen auf eine Lücke im Forschungsparadigma hingewiesen, die möglicherweise durch eine Gegenstandskonstitution geschlossen werden könnte, die den Vollzug des prozessualen Zustandekommens von Kreativität in den Vordergrund rückt.

Eines kann an dieser Stelle schon vorweggenommen werden – in jedem der nachfolgend skizzierten Definitionsversuche von Kreativität kehrt der Begriff des *Neuen* wieder. Der mutmasslich kleinste gemeinsame Nenner der ansonsten sehr diversifizierten Debatte wird in den folgend betrachteten (Teil-)Disziplinen, wie in vielen anderen Fachbereichen auch, zwar oft verwendet, jedoch nur selten explizit geklärt oder gar definitorisch kongruent abgegrenzt. Trotz oder gar aufgrund des praxeologischen Anspruches der vorliegenden Arbeit entfällt jedoch die genaue Begriffsarbeit nicht, sondern ist vielmehr methodologisch relevant, um einen offenen Blick auf die Breite der fortlaufenden Praktiken der Kreativitätsaus- und -verhandlung zu gewährleisten. Aus diesem Grund wird dem Begriff des *Neuen* ein gesonderter Kapitel (4.5) gewidmet.

4.1. Psychologische Perspektiven auf Kreativität

„If one turns to the literature of creativity research and asks the simple questions: What is being measured? What is creativity? One soon realizes that the entire research enterprise moves on very thin ice.“

(Feldman et al. 1994b: 143)

Am 5. September 1950 hielt J.P. Guilford als neuer Präsident der American Psychological Association (APA) eine Rede, welche rückblickend als

Ausgangspunkt des programmatischen Interesses an Kreativität innerhalb der modernen Psychologie gewertet werden kann. Wie Guilford festhielt, hatte die Psychologie bis zu diesem Zeitpunkt die Kreativität als Untersuchungsgegenstand stark vernachlässigt:

„The neglect of this subject by psychologists is appalling. The evidences of neglect are so obvious that I need not give proof. But the extent of the neglect I had not realized until recently. To obtain a more tangible idea of the situation, I examined the index of the *Psychological Abstracts* for each year since its origin. Of approximately 121,000 titles listed in the past 23 years, only 186 were indexed as definitely bearing on the subject of creativity.“ (Guilford 1950: 445)

Kombiniert mit einer staatlich-militärischen Finanzierungswelle während des Kalten Krieges (vgl. Feldman et al. 1994b), setzte Guilfords Weckruf eine Bewegung in Gang, welche der psychologischen Kreativitätsforschung zur Hochkonjunktur verhalf. Rund 25 Jahre später wurden pro Jahr mehr psychologische Studien zur Kreativität publiziert als in den 23 Jahren vor seiner Rede zusammen (Sternberg/Dess 2001).

Dementsprechend sind die modernen Ansichten auf und theoretischen Herangehensweisen an Kreativität innerhalb der Psychologie zahlreich – und überaus unterschiedlich. Die hier angestrebte Skizzierung der verschiedenen, innerhalb der modernen Psychologie vertretenen Positionen will und kann keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, da selbst innerhalb der Psychologie verschiedenste Versuche kursieren, die Forschungsrichtungen aktueller Kreativitätsforschung zu systematisieren (Cramond et al. 2005, Sternberg 2007, Torrance et al. 2010, Sawyer 2012 um nur einige zu nennen.). Der hier in der Folge präsentierte Überblick ist demnach nicht als Beitrag zu den bereits bestehenden Systematisierungsansätzen zu verstehen, sondern soll, basierend auf der Prämisse, dass die moderne Psychologie als empirische Wissenschaft ebenso wie die Interaktionsanalyse menschliches Verhalten untersucht, definitorische Anknüpfungspunkte für die multimodale Interaktionsanalyse verorten. Daher gliedert sich die Übersicht auch nicht primär nach Forschungstraditionen, sondern stellt die in der Literaturrecherche eruierten Definitionsgrundlagen und Prämissen der jeweiligen Ansätze als strukturierendes und zusammenfassendes Element in den Vordergrund. Die grundlegende Gliederung lehnt sich dabei an Sawyer (2012) an, welcher zwei primäre Ansätze der Kreativitätsforschung³⁹ innerhalb der

39 Es ist relevant, darauf hinzuweisen, dass sich Kreativität nicht nur als Gegenstand psychologischer Untersuchungen, sondern auch als Prämisse des psychologischen

Psychologie anhand zweier unterschiedlicher Kreativitätsdefinitionen festmacht; den individualistischen Ansatz (ebd.: 37–211) und den soziokulturellen Ansatz (ebd.: 211–297).⁴⁰ In einem dritten Teil (Kapitel 4.1.3) des hier angestrebten Überblicks wird Sawyers Systematik um die vergleichsweise junge Perspektive der Kulturpsychologie ergänzt.

4.1.1. Die individualistische Perspektive

Der individualistische Ansatz hat, wie der Name schon vermuten lässt, primär einzelne Individuen (Brown 2010) im Fokus. Ihm liegen verschiedene Spielformen der folgenden Kreativitätsdefinition zu Grunde: „Creativity is a new mental combination that is expressed in the world.“ (Sawyer 2012: 7) Auf den ersten Blick scheint die Definition aus sprachwissenschaftlicher Perspektive vielversprechend, da sie eine zentrale interaktionsanalytisch anschlussfähige Prämisse aufweist: Kreativität ist etwas, das in der Welt geäußert wird, wodurch sie prinzipiell beobachtbar und auch für interaktional arbeitende Sprachwissenschaftler_innen zugänglich sein sollte. Die beiden weiteren Elemente der Definition – namentlich *new* und *mental combination* – sind seit Jahren Gegenstand psychologischer Debatten (vgl. hierzu Weiner 2000), was es erschwert, die Definition in der oben zitierten Form interaktionslinguistisch fruchtbar zu machen. Festzuhalten ist jedoch, dass die Formulierung *new mental combination* deutlich auf die programmatisch-neuronale Perspektive verweist, Kreativität äussere sich in einer für das untersuchte Individuum erstmaligen Kombination von (bereits

Ansatzes des narrativen Handlungsmodelles wiederfinden lässt, oftmals unter dem Begriff der *Kreativität des Handelns* (Mey/Mruck 2010: 117) In diesen Kontexten verweist das Konzept der *Kreativität* darauf, dass Handlungen „Ordnungen, die Welt und das Selbst, *schöpferisch* und *innovativ* [zu] ändern“ (Mey/Mruck 2010: 117, Hervorhebung im Original) vermögen – dementsprechend liegt der Fokus primär auf der handlungstheoretischen Implikation der Veränderbarkeit eines gesellschaftlich etablierten Regelsets, weniger auf dem Prozess der Kreativität selbst.

40 Die durchaus prominente Unterscheidung zwischen *little-c* und *big-C* Kreativität, welche in diversen psychologischen Aufsätzen noch Verwendung findet, wird hier, obgleich sie eine gewisse Parallelität zum individualistischen / soziokulturellen Ansatz aufweist, nach extensiver Literaturrecherche bewusst vermieden. Ungeachtet ihrer Prominenz wird die *little-c/big-C* Unterscheidung auf zu divergente Weise verwendet, um eine verlässliche Definitionsgrundlage zu bieten. Das mag unter anderem auch mit den ungeklärten Begriffsursprüngen zusammenhängen (vgl. Merrotsy 2013)

bestehenden) Wissensbeständen⁴¹. Forschende, welche sich diesem Ansatz zurechnen lassen, verstehen dementsprechend Kreativität vorwiegend als Kapazität eines Individuums, Bestehendes neu – respektive zu Neuem – zu verknüpfen (Kaufman et al. 2008). Ob dieses Neue bereits als Idee oder Wissensbestand in der Welt existiert, ist je nach Forschungsperspektive nicht zwingend relevant – vielmehr wird versucht, die Fähigkeit der Rekombination in Subfaktoren aufgegliedert und skaliert numerisch zu erfassen. Innerhalb der auf den Prämissen der individualistischen Kreativitätsdefinition arbeitenden psychologischen Forschungsgemeinschaft kristallisierten sich über die Jahre hinweg zwei unterschiedliche methodische Herangehensweisen heraus. Ein kleinerer Teil der Studien befasste sich damit, bekannte kreative Persönlichkeiten zu untersuchen und deren Lebenswandel, die Begleitumstände ihres Schaffens und dessen grundlegende Voraussetzungen in den Fokus zu nehmen, um daraus bestimmte Prämissen des kreativen Schaffens ableiten zu können (vgl. u.a. Roe 1952, Gardner 1994, auch Csikszentmihalyi 1996 geht grundsätzlich nach diesem Prinzip vor). Dadurch knüpften sie an einen der wenigen psychologischen Ansätze zu Kreativität an, die schon vor Guilford's eingangs zitierter Rede existierten; bereits 1874 vermutete Galton, dass kreative Individuen sich von Natur aus von anderen, weniger kreativen unterscheiden könnten (ebd.: 16).

Der Vorteil einer auf bekannte Individuen (und teilweise historisch rekonstruktiven) fokussierten Herangehensweise liegt auf der Hand: Die Definition, was Kreativität genau ausmacht, wird auf einen gesellschaftlichen Konsens über den Status herausragender Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Kunst und Kultur externalisiert (Gardner 1994). Dadurch geraten Arbeitszyklen, -formen und Problemlösestrategien ebensolcher Personen in den Fokus, die abstrahiert Aufschluss darüber geben sollen, welche Elemente des Lebenswandels erfolgreiches kreatives Schaffen ausmachen können. Dieser Vorteil führt gleichzeitig die Limitierung des Ansatzes deutlich vor Augen: Wenn beispielsweise Gardner (1999) nach der Analyse der Lebensumstände „typische[r] Vertreter kreativer Intelligenz“ (ebd.: 14) – gemeint sind Mozart, Freud, Woolf und Gandhi – schlussfolgert, dass für vielversprechende (!) Kinder Rollenbilder entscheidend seien, welche „[. . .] auch unter grossen Schwierigkeiten ihr Ziel weiterverfolgten [. . .]“ (ebd.: 175), dann ist dies, auch wenn die von Gardner durchgeführten Einzelfallanalysen

41 Dies ist eine Perspektive, die auch in anderen Fachbereichen vertreten wird, siehe Kapitel 4.3.

erhellend sein mögen, in der zitierten Generalisierung weder systematisch begründet noch konsequent falsifizierbar.⁴²

Die zweite individualistische Herangehensweise innerhalb der Psychologie fokussiert im Unterschied zur Untersuchung bereits bekannter kreativer Personen primär auf die Identifikation von noch unentdecktem, kreativem Potenzial. Somit entwickelte sich eine über hundert verschiedene Ansätze umfassende Bandbreite an empirischen Testverfahren (Hocevar/Bachelor 2010), welche auf unterschiedlichste Art und Weise, jedoch immer basierend auf der oben zitierten Definition (siehe Seite 77), kreatives Potenzial zu messen versuchen. Die Spanne reicht von der *Runco Ideational Behavior Scale* (Runco et al. 2001), die selbstevaluativ grundsätzliche Einstellungen erfragt, über Sardnoff Mednicks *Remote Associates Test* (Mednick 1968), welcher experimentell die Kombinationsfähigkeit der Partizipant_innen testet, bis hin zum noch immer weit verbreitet angewendeten *Torrance Test of Creative Thinking* (Torrance 1998, Cramond et al. 2005), der mit einer Kombination aus Bildvervollständigungssitems und Items, welche Assoziativität im Fokus haben, von der erwartbaren Norm abweichendes Denken zu erfassen anstrebt. Die oben angeführten Testverfahren lassen sich unter dem psychologischen Fachterminus *Divergent Thinking* subsumieren (häufig auch unter dem Akronym *DT* zu finden) und gehören zu den am weitesten verbreiteten Testverfahren innerhalb der individualistisch orientierten experimentellen Psychologie. Auch wenn dieser Umstand einen partiellen Konsens vermuten lässt und wiederholt auf die hohe Reliabilität dieser Verfahren verwiesen wurde (Kaufman et al. 2008: 29 f., Plucker/Makel 2010: 54), ist die externe Validität, welche für eine Anschlussfähigkeit an die multimodale Interaktionsanalyse höchst relevant wäre, selbst innerhalb der psychologischen Forschung umstritten (Barron/Harrington 1981, Sawyer 2012: 50–52).

Beide individualistische Herangehensweisen sind eng mit der wissenschaftshistorisch bedingten programmatischen Ausrichtung (vgl. Weiner 2000) des Ansatzes verknüpft; vor dem Hintergrund des Kalten Krieges setzte schon Guilford (1950: 444, 470–471) in seiner oben zitierten Rede den dafür ausschlaggebenden teleologischen Grundstein, indem er

42 Dies geht über die grundlegende Frage qualitativer Forschung, welchen Status Einzelfallanalysen hinsichtlich des zu beschreibenden Gegenstandes haben sollen – und inwiefern darauf basierende Thesen falsifizierbar sein müssen (Mey/Mruck 2010) – hinaus, da Gardner ebendiese Typologie schon in seiner Selektion der Einzelfälle als gesetzt erklärt.

bemängelte, Psycholog_innen wüssten bislang nur wenig über die Persönlichkeitszüge von kreativen Individuen.⁴³ Psychologische Ansätze, denen eine individualistische Definition von Kreativität zugrunde lag und liegt, beschäftigten sich daher zumindest in den Anfängen nicht von ungefähr mit der Identifikation von Persönlichkeitsmerkmalen und Fähigkeiten, die kreative Personen (oder spezifischer formuliert, förderungswürdige Heranwachende) auszeichnen: „We must develop a more creative trend in American education. We are in a brains race with Soviet Russia and the need is urgent.“ (Parnes/Harding 1962: IV). Auch wenn diese programmatische Ausrichtung sich spätestens nach dem Ende des Kalten Krieges (und dem damit einhergehenden Wegfall staatlich-militärischer Fördergelder; vgl. Feldman et al. 1994b) von ihren impliziten politischen Begründungsgründen gelöst hat, so ist der Fokus auf die zwei Kernbereiche kreative Persönlichkeitsmerkmale und kreative Fähigkeiten bestehen geblieben (Weiner 2000, vgl. auch Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD 2019). Dies mag hinsichtlich der die kreative Arbeit umgebenden vielfältigen Fördermassnahmen (vgl. Lenk 2000: 92, Allen/Henn 2007: 28, Gaut 2009: 97) und der damit verbundenen Arbeitspsychologie anschlussfähig sein, doch bei der Suche nach einem fundierten Definitionsansatz, welcher für die Interaktionslinguistik fruchtbar gemacht werden kann, führt es nur bedingt weiter.

4.1.2. Die soziokulturelle Perspektive

Dem zweiten in der Psychologie dominanten Ansatz, oftmals unter dem Schlagwort des *Soziokulturellen* subsumiert, liegen Spielformen der folgenden Kreativitätsdefinition zugrunde: „Creativity is the generation of a product that is judged to be novel and also to be appropriate, useful, or valuable by a suitably knowledgeable social group“ (Sawyer 2012: 8). Entgegen dem individualistischen Ansatz, der sich in seinen modernen

43 „Creative abilities determine whether the individual has the power to exhibit creative behavior to a noteworthy degree. Whether or not the individual who has the requisite abilities will actually produce results of a creative nature will depend upon his motivational and temperamental traits. To the psychologist, the problem is as broad as the qualities that contribute significantly to creative productivity. In other words, the psychologist’s problem is that of creative personality.“ (Guilford 1950: 444)

Ausprägungen primär mit kognitiven Prozessen auseinandersetzt, fokussiert der soziokulturelle Ansatz auf die Nenngrösse der sozialen Gruppe, welche kreative Hervorbringungen als solche akzeptiert oder zurückweist. Durch den expliziten Verweis auf die „generation of a product“ wird zudem deutlich, dass der Definition die Prämisse vorausgeht, Kreativität äussere sich in einem wie auch immer gearteten Schaffensprozess, der in einem (mit)teilbaren Produkt endet.

Wissenschaftshistorisch gesehen ist der Ansatz, der sich auf Vorarbeiten der späten 80er Jahre stützt (Csikszentmihalyi 2014) und sich in den 90er Jahren zu etablieren begann, als Kritik⁴⁴ am und Gegenbewegung zum individualistischen, auf dispositionelle Eigenschaften fokussierten Ansatz einzuordnen (Kasof 1995, Montuori/Purser 1995). So wies schon 1983 Amabile, die rückblickend als Mitbegründerin des soziokulturellen Ansatzes gesehen werden kann (vgl. Sawyer 2012: 214), darauf hin, dass vielen der oben zitierten Persönlichkeitstests ein implizites Bewertungssystem zugrunde liege, welches hinsichtlich der vielfältigen Testverfahren nicht auf objektiven Kriterien beruhen könne: Die Tests testeten das, was die Forscher_innen und Expert_innen als kreativ bewerteten. Anstatt die Resultate aufgrund eines wie auch immer gearteten subjektiven Bias anzuzweifeln, schlug Amabile eine konsensorientierte Definition von Kreativität vor: „A product or response is creative to the extent that appropriate observers independently agree it is creative.“ (Amabile 1996: 33)

Obgleich Vertreter_innen des soziokulturellen Ansatzes sich also explizit gegen das Herantragen externer Kriterien zur Bewertung von Kreativität aussprechen respektive diese explizit als solche ausweisen, ist den jeweiligen Herangehensweisen dennoch eine konzeptionelle Blindstelle zu eigen, welche sich am Beispiel der vielfach zitierten Untersuchung von Amabile (1996) gut verdeutlichen lässt. Die Sozial- und Motivationspsychologin liess in ihrer Untersuchung 22 Mädchen zwischen sieben und elf Jahren *designs* herstellen, nach welchen sie dann anschliessend Objekte aus einem vielfältigen Fundus an Bastelutensilien anfertigen konnten. Die *designs* wurden anschliessend in zufälliger Abfolge einer Reihe von Kunstlehrer_innen, Psycholog_innen und Künstler_innen einzeln vorgelegt, welche sie anhand eines 23 Punkte umfassenden Fragebogens bezüglich verschiedener Dimensionen der Kreativität bewerten mussten

44 „Rather than usher in a new area of super sophisticated assessment, the quest for creativity tests turned out to be something of a fiasco.“ (Feldman et al. 1994b: XIIIf.)

(ebd.: 44–47). Auch ohne detailliert auf die Befunde des Experimentes einzugehen (die Bewertungen der unterschiedlichen Expertengruppen waren erstaunlich deckungsgleich), lassen sich anhand der Untersuchungsanlage zwei zentrale Punkte festhalten. Als Neuerung gegenüber den individualistischen Ansätzen wird davon ausgegangen, dass Kreativität ein Gegenüber benötigt – also eine oder auch mehrere Drittpersonen, wie beispielsweise die Kunstlehrer_innen, Psycholog_innen und Künstler_innen –, welches Kreativität zuschreibt, ein wie auch immer geartetes Produkt als ein kreatives markiert und es dadurch zu einem solchen macht. Diese Bedingung der Kreativität teilt die Studie mit den meisten Definitionsansätzen der soziokulturellen Psychologie, so dass sie als kleinster gemeinsamer Nenner des ansonsten eher fragmentierten soziokulturellen psychologischen Diskurses angesehen werden könnte. Allerdings wird genau in diesem Punkt das Auseinanderklaffen zwischen experimentell herbeigeführten Daten und den realen Begebenheiten der Gegenwartsgesellschaft deutlich: Zwar wird die intersubjektive Herstellung betont, aber gleichzeitig deren interaktive Komponente ausgeblendet.

Ebendiesem Umstand versucht das *System Model of Creativity*, welches von Feldman et al. (1994b) vorgelegt wurde, entgegenzuwirken. Es verortet Kreativität nicht auf individueller Ebene als Persönlichkeitseigenschaft oder als emergentes Element gruppenspezifischer Formationen, sondern versteht sie als Resultat der Interaktion dreier Subsysteme – einer Person, eines Feldes und einer Domäne (Csikszentmihalyi 1994: 145). Die Domäne wird dabei als Symbolsystem gefasst, das in einer durch repräsentationale Mechaniken organisierten Form das gesamte Wissen sowie sämtliche Symbole, Spezialausdrücke und Notationskonventionen zu einem spezifischen Thema enthält und von allen dem Feld zugehörigen Personen geteilt wird. Auf Basis dieses Wissens kann eine Person handeln oder – im Falle eines kreativen Prozesses – auch Variation hervorbringen. Ob diese Variation in das Symbolsystem der Domäne übergeht, entscheidet das Feld, welches als loser Verbund aus all denjenigen Personen besteht, die Einfluss auf die themenspezifische Struktur der Domäne nehmen können (Feldman et al. 1994b).

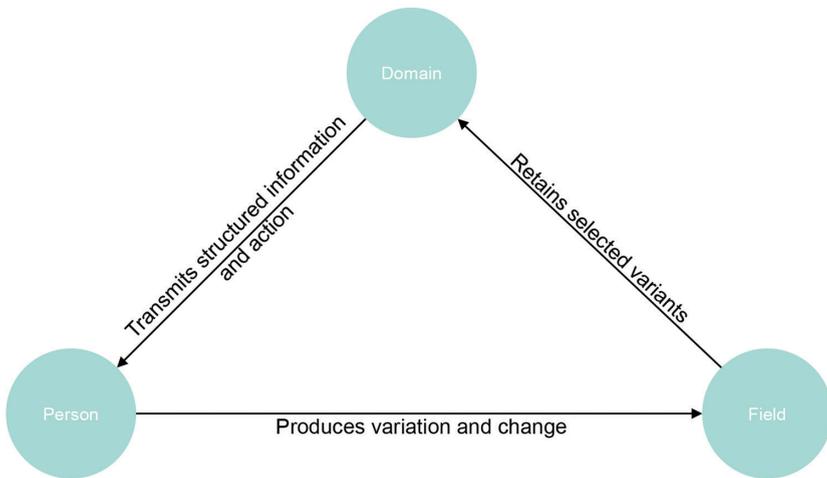


Abb. 11: System model of creativity nach Feldman et al. (1994)

Auch wenn das *System model of creativity* in der Forschungspraxis bislang vor allem zur Rekonstruktion historischer Kreativität, also zur Analyse kreativer Prozesse von Personen in der Vergangenheit, zur Anwendung kam (vgl. Glăveanu 2010b: 85, aber auch Gardner 1994), eröffnet diese Perspektive dennoch Anknüpfungspunkte, welche hinsichtlich der Erarbeitung eines anwendungsorientierten Modells für die multimodale Interaktionsanalyse fruchtbar gemacht werden können. Zentral ist dabei der systematische Fokus auf Kreativität als kontextuell determinierte Nenngrösse – kreative Hervorbringungen werden als Aktionen verstanden, die sich immer abgrenzend auf eine Domäne beziehen und immer in einem Kontext verschiedener Einflussfaktoren historischer, gesellschaftlicher, aber eben auch feldspezifischer Art zu betrachten sind. Ein Produkt jedweder Art kann demnach nur dann als kreativ bezeichnet werden, wenn es den ganzen, in Abb. 11 dargestellten Zyklus durchlaufen hat (Weisberg 2006: 62 f.) und das Feld es als kreatives Produkt akzeptiert. Demzufolge legt das Modell also nahe, dass kreative Produkte durch Abgrenzung von einer Domäne und gleichzeitiger Anerkennung durch das Feld einem interaktiven Verhandlungsprozess ausgesetzt sind; wie dieser Verhandlungsprozess jedoch strukturiert ist und ob es sich gar um einen rein unidirektionalen Prozess handelt, wie die Pfeile in Abb. 11 nahelegen, lässt das Modell offen.

Einwände gegen diese Systematisierung wiesen allerdings weniger auf diese Unklarheit hin, sondern waren eher grundlegender Natur. Insbesondere individualistisch arbeitende Psycholog_innen zweifelten die Prämissen des Modells an. So schlussfolgert beispielsweise Runco (2017: 311), ein Blickwinkel, der Kreativität immer in Abhängigkeit von einem sozialen Gegenüber verstehe, sei ein eindeutig extremer Standpunkt – und plädiert für „[...] a view that has creativity beginning with the individual constructing a new interpretation of experience that sometimes subsequently influences an audience“ (ebd.). Auch wenn Runcos Einwand als partielle Annäherung der individualistischen Perspektive an die soziokulturellen Ansätze (Paulus/Nijstad 2003, Nemeth et al. 2004, Sawyer 2007, Sawyer/DeZutter 2009, Steiner 2011) verstanden werden kann, da er in für individualistisch orientierte Theoretiker_innen unüblicher Manier gelegentlich Einfluss auf die „audience“ einräumt, verweist die Bemerkung doch ein weiteres Mal auf die Fragmentierung des Kreativitätsbegriffes innerhalb der psychologischen Debatte.

4.1.3. Die kulturpsychologische Perspektive

Einen Versuch, die Interdependenz der verschiedenen in Abb. 11 dargestellten Systeme integrativ in eine anwendungsorientierte Forschungsperspektive zu überführen, haben Arbeiten aus dem Bereich der relativ jungen Forschungsrichtung der Kulturpsychologie (Shweder 1990, Stigler et al. 1990) unternommen. Basierend auf den Grundannahmen von Vygotsky (Rieber 1997), dass jeder kreative Akt auch ein sozialer Akt sei (John-Steiner et al. 2018), und Winnicotts Schlussfolgerung auf Basis systematischer Untersuchungen von Eltern-Kind-Beziehungen (Winnicott/Ermann 2012), Kreativität sei nicht in Personen, sondern in deren Wechselbeziehungen zueinander anzusiedeln, kristallisierten sich Definitionsversuche wie die folgende heraus: Kreativität sei „[...] a complex socio-cultural-psychological process that, through working with “culturally-impregnated” materials within an intersubjective space, leads to the generation of artifacts that are evaluated as new and significant by one or more persons or communities at a given time.“ (Glăveanu 2010b: 89).

Diese kulturpsychologische Kreativitätsdefinition berücksichtigt, nebst dem oben angesprochenen Fokus auf die Wechselbeziehungen zwischen den Interaktionsteilnehmenden, eine Vielzahl an Einwänden, die gegenüber dem

individualistischen und dem soziokulturellen Ansatz angeführt werden. So wird der Kritik, Ansichten auf Kreativität seien einem steten kulturellen und ideologischen Wandel unterworfen (vgl. Weiner 2000 für eine Übersicht der westlichen Kreativitätsgeschichte) und daher nicht in kontextunabhängigen, metrischen Skalen erfassbar, durch die Einschränkung „at a given time“ Rechnung getragen. Darüber hinaus offenbart sich dadurch die emische Perspektive der Kulturpsychologie auf Kreativität: Wenn Kreativität sich in einem Evaluationsprozess einer oder mehrerer Personen zu einem bestimmten Zeitpunkt zeigt, so ist es nahezu unumgänglich, dass Untersuchungen, welche diesem theoretischen Rahmen folgen, eher qualitativ-deskriptiv denn experimentell (und dadurch oftmals präsupponierend) operieren. Dadurch übernimmt die kulturpsychologische Definition ein zentrales Element der soziokulturellen Psychologie – Kreativität wird von der im Moment der Evaluation relevanten sozialen Nenngrösse („one or more persons or communities“) immer wieder neu verhandelt –, betrachtet sie in der Konsequenz allerdings als ein explizit soziales Phänomen.

Obgleich sich der kulturpsychologische Ansatz als anwendungsorientiertes Modell versteht und der Kritik der bisherigen Definitions- und Forschungsrichtungen integrativ zu begegnen versucht, weisen die bislang durchgeführten Studien, welche auf kulturpsychologischer Basis empirisch vorgehen, eine relativ grosse methodische Nähe zu soziokulturellen Vorgehensweisen auf. Glăveanu (2010a), der Verfasser der oben zitierten kulturpsychologischen Kreativitätsdefinition, wendet beispielsweise bei der Untersuchung der Kreativität traditionell bemalter rumänischer Ostereier eine leicht abgewandelte Methode des *multiple feedback*-Ansatzes von Amabile (1996) an: „[...] this approach favors a multiple feedback methodology that involves the use of different groups of “appropriate assessors” to evaluate the creativity of a certain product or class of products“ (Glăveanu 2010a: 340). Im Unterschied zu Amabiles Untersuchung geht es ihm dabei allerdings nicht um die Übereinstimmung der Expertenmeinungen und eine derivative Allgemeingültigkeit, sondern vielmehr um die Bandbreite und Unterschiede der Kriterien, welche die Expert_innen bei der Kreativitätszuschreibung anwenden (ebd.: 347–349). Auch wenn die Untersuchung einen neuen Weg hinsichtlich der Systematisierung von Ansichten auf kreative Hervorbringungen aufzuzeigen weiss, bleibt dennoch festzuhalten, dass die schon bezüglich Amabiles Untersuchung hervorgehobene Blindstelle auch bei Glăveanus Ansatz, der exemplarisch für die bislang erfolgten kulturpsychologischen Studien zur Kreativität gesehen werden kann, bestehen

bleibt: Die interaktive Komponente der Kreativitätsbewertung wird durch das sequenzielle Trennen von kreativem Akt und Zuschreibung/Bewertung desselben systematisch ausgeblendet.⁴⁵

Auch wenn die kulturpsychologische Definition in der oben zitierten Form aus den genannten Gründen nicht für die Interaktionslinguistik übernommen werden kann, lassen sich dennoch einige zentrale Faktoren festhalten, welche für interaktionslinguistische Ansätze fruchtbar gemacht werden können:

1. Kreative Hervorbringungen sind einem Evaluationsprozess unterworfen, welcher sich, je nach Zusammensetzung der sozialen Bewertungsinstanz, verändern kann und dadurch nur zu einer gewissen Zeit in Korrelation zu einer bestimmten sozialen Nenngröße zu beobachten ist.
2. Während soziokulturelle Ansätze auf die Domäne als bestehendes Wissenskonstrukt referieren, welches zwar als gegeben vorausgesetzt wird, sich aber nur schwer konkret verorten lässt (Csikszentmihalyi 1994), legt der kulturpsychologische Ansatz durch den Verweis auf „*culturally-impregnated*“ *materials* eine forschungspraktische Basis, für welche die ethnomethodologische Interaktionsanalyse schon ein theoretisches Fundament⁴⁶ erarbeitet hat.
3. Die oben angeführte Kritik am kulturpsychologischen Ansatz lässt sich umgekehrt als Voraussetzung für eine interaktionslinguistische Kreativitätsdefinition verstehen: Während bestehende Ansätze die interaktive Komponente der Kreativitätszuschreibung ausblenden, sollte ein interaktionslinguistischer Ansatz diese theoretisch und methodisch bewusst und explizit berücksichtigen.

⁴⁵ An dieser Stelle sei angemerkt, dass damit nicht impliziert sein soll, dass Kreativität nicht auch in sequenziell getrennten Settings auftreten oder beobachtbar sein kann. Nichtsdestotrotz führt Glăveanus Ansatz dazu, dass eben nur sequenziell getrennte Phänomene beobachtbar sind – und interaktive Aushandlungsprozesse, welche in authentischen Interaktionssituationen auftreten können, systematisch ausgeblendet werden.

⁴⁶ Wie aus den diskutierten Grundannahmen der multimodalen Interaktionsanalyse ersichtlich wird (siehe Kapitel 2), liesse sich der Begriff der „*culturally-impregnated*“ *materials* durchaus mit dem interaktionslinguistischen Konzept der interaktiven Ressourcen (Hausendorf 2012: 141) kurzschliessen.

4.2. Soziologische Perspektiven auf Kreativität

Die beiden dominanten theoretischen Strömungen innerhalb der soziologischen Kreativitätsdebatte hat Reckwitz (2016) wie folgt auf den Punkt gebracht:

„Ein soziologisches Verständnis von Kreativität kann zweierlei bedeuten: Entweder begreift man Kreativität als eine Eigenschaft und *Voraussetzung* menschlichen Handelns oder des Sozialen, die ihnen von vornherein zukommt; oder aber man versteht Kreativität als das *Produkt* einer sehr spezifischen sozial-kulturellen Konstellation, vor allem der Moderne oder Spätmoderne, eine soziale Konstellation, die Kreativität auf ihre Weise definiert, fördert und verstärkt.“ (ebd.: 249)

Beide soziologische Sichtweisen unterscheiden sich dabei wesentlich von den in Kapitel 4.1 psychologischen Ansätzen; während innerhalb der individualistischen Perspektive der Psychologie Kreativität ebenfalls als eine Eigenschaft des menschlichen Handelns (vgl. Kapitel 4.1.1) verstanden wird, erscheint sie nach Reckwitz in der Soziologie als „soziale Eigenschaft“ (ebd.), welche sich entweder als inhärentes Merkmal von sozialen Prozessen jedweder Art fassen lässt, die „[. . .] aus sich selbst heraus immer wieder unberechenbar neuartige Ereignisse hervorbringen [. . .]“ oder als „[. . .] ein hochspezifisches soziales, kulturelles und historisches Produkt [. . .]“ (ebd.: 250) sichtbar wird. Letztere Perspektive wird im deutschsprachigen Raum prominent von Koppetsch (2006a, 2006b, 2008), Reckwitz (2014, 2016) und Krämer (2014, 2015, 2017) vertreten, erstere ist vor allem in handlungstheoretischen Ansätzen von Popitz (2000) und Joas (2012) zu finden. Die Ansätze aus der soziologischen Handlungs- und Sozialtheorie werden in der Erarbeitung einer anknüpfungsfähigen Arbeitsheuristik (siehe Kapitel 4) für das Ziel der vorliegenden Studie nicht weiter vertieft: So theoretisch weitreichend die Arbeiten der erwähnten Bereiche auch sind, ist doch ihr Fokus auf die „[. . .] normative Identifikation mit dem Kreativen als etwas vorgeblich natürlicherweise Menschliches, eine Eigenschaft des Lebendigen oder eine Quelle des Politischen [. . .]“ für eine sequenzielle, turn-by-turn basierte, multimodale Interaktionsanalyse (siehe Kapitel 2) schwer greifbar zu machen. Nichtsdestotrotz soll an dieser Stelle angemerkt werden, dass den handlungs- und sozialtheoretischen Ansätzen der Soziologie insofern Rechnung getragen wird, als deren Verständnis von Kreativität als soziale Eigenschaft in der Folge wesentlich sein wird – und ebendiese Prämisse auch in den Beiträgen

der gesellschaftstheoretischen (zu welchem die Arbeiten von Reckwitz (2014, 2016) gezählt werden können) und der empirisch ausgerichteten Soziologie (Krämer 2014) wiederzufinden ist.

Auch Reckwitz (2016: 252–269) macht in seiner soziologischen Analyse „[...] der gegenwärtigen Strukturen des Kreativitätsdispositivs [...]“ (ebd.: 251) vier Kernpunkte aus, anhand derer sich das „[...] soziale Regime des Neuen in den verschiedenen Formen der Moderne [...]“ (ebd.: 252) nachzeichnen lässt. Nachdem er den Begriff des sozialen Regimes des Neuen geklärt hat (ebd.), schafft er einen Bezugsrahmen für die dadurch wirkenden „Ästhetisierungsprozesse“ (ebd.: 255), um danach auf die „Sozialität des Kreativitätsdispositivs“ (ebd.: 257) einzugehen und das soziale Feld der Kunst als exemplarisches Beispiel für die genannten Praktiken nachzuzeichnen (ebd.: 260). Die ersten drei der vier genannten Kernpunkte können im Zuge der Suche nach einer Arbeitsheuristik relevant sein, weshalb sie hier in der Folge kursorisch skizziert werden. Der erste Punkt in Reckwitz' These betrifft das soziale Regime des Neuen, wobei er herausarbeitet, dass das Neue keine invariable, objektiv erfassbare Grösse ist, sondern jeweils in einem temporalen Bezugsrahmen und in Distinktion zu Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft gesehen werden muss – respektive dass durch die Orientierung am Neuen, welche er modernen Gesellschaften systematisch attestiert, ebenjene zeitliche Konnotation relevant gesetzt wird (ebd.: 252 f.). Nebst der daraus zu folgernden Historizität des Neuen schliesst er im Hinblick auf die phänomenale („[...] das Neue markiert das Andere im Unterschied zum Gleichen [...]“ ebd.: 253) und soziale („[...] das Neue [verweist] auf das Abweichende im Unterschied zum Normalen und normativ Erwartbaren [...]“ ebd.) Ebene, dass „[...] das Neue [nie] kurzerhand objektiv vorhanden [ist], immer hängt es von häufig umstrittenen Beobachtungs- und Wahrnehmungsschemata ab“ (ebd.).

Der Hinweis ist für die vorliegende Studie hochgradig relevant. Wenn eine Definition des Neuen unumgänglich ist, um von Kreativität sprechen zu können, dieses Neue jedoch nicht objektiv vorhanden und demzufolge auch kein objektiver Zugang dazu möglich ist, könnte die Suche nach einer Arbeitsheuristik der Kreativität als gescheitert gelten. Wenn man sich allerdings vom Gedanken einer allumfassend gültigen, objektiven, sowohl phänomenologisch und sozial als auch temporal unabhängigen Definition des Neuen verabschiedet, scheint ein Ausweg darin zu liegen, das Neue als subjektiv zu setzen. Diese Lösung lässt zwei verschiedene Optionen zu: Entweder betrachtet man den Untersuchungsgegenstand aus einer Aussenperspektive

und kategorisiert bestimmte Produkte, Prozesse, Handlungen, Fähigkeiten oder Strukturen auf Basis selbst gesetzter Kriterien als neu⁴⁷ (und gegebenenfalls, wobei dies in Kapitel 4.5 noch zu klären sein wird, als kreativ) – oder man lässt die handelnden Personen in der untersuchten Umgebung diese subjektive Setzung selbst vornehmen. Letzteres kann entweder explizit (im Sinne eines Interviews oder Fragebogens) geschehen oder ethnomethodologisch rekonstruktiv. In einem Bezugsrahmen wie der Kunst, wie ihn Reckwitz prominent beschreibt, stellt die ethnomethodologisch-rekonstruktive Herangehensweise aufgrund der Unbelebtheit der Produkte und damit der erzwungenermaßen externen Zuschreibungskonstitution keine geeignete Möglichkeit dar⁴⁸. Da die vorliegende Studie allerdings auf audiovisuellen Daten basiert, in denen Personen aus der Kreativwirtschaft ihrem Berufsalltag nachgehen, sind – mit dem Verweis auf die Indexikalität (Garfinkel 1967: 11) und accountability (ebd.: 1) ebenjener Praktiken und Interaktionen – diese subjektiven Setzungen der Interaktionsteilnehmer_innen selbst zugänglich.

Mit Verweis auf Reckwitz (2016: 253) begreift die vorliegende Studie dementsprechend das Neue, als Voraussetzung des Kreativen, als explizit subjektive Größe, nimmt dabei allerdings die Perspektive der Interaktionsteilnehmer_innen und somit des Beobachtungsgegenstandes ein und versucht ebenjene pragmatischen Mittel und Ressourcen der Interaktion nachzuzeichnen, welche relevant gesetzt werden, um die Andersartigkeit und Devianz zum Normalen und Gleichen zu markieren.

47 Ein Vorgehen, das die psychologische Forschung über Jahrzehnte hinweg geprägt hat; vgl. hierzu Kapitel 4.1.1.

48 Gemeint ist hiermit, dass dadurch der generelle Kunstbetrieb in seiner Ganzheit nicht erfasst werden kann; einen metaanalytischen Bezugsrahmen, welcher die kreativen Zuschreibungsmechanismen innerhalb der Sphäre der *Kunst* erfassen könnte, haben Feldman et al. (1994a) vorgelegt. Linz et al. (2016) haben in Form einer gesprächsanalytischen Untersuchung ein Konzept dazu vorgestellt, wie die konkreten Aushandlungsformen der Zuschreibung interaktiv ausgestaltet sein können.

4.3. Philosophische Perspektiven auf Kreativität

Die philosophische Forschung hat *Kreativität* lange vernachlässigt: „[...] despite the fact that philosophers as great as Plato and Kant have made significant contributions to it [...] philosophy has had comparatively little to say on the topic“ (Gaut/Kieran 2018a: 1). Nichtsdestotrotz ist insbesondere in den letzten Jahren zu beobachten, dass die Thematik philosophisch wiederentdeckt wird (beispielsweise Krausz et al. 2009, Mahrenholz 2011, Gaut/Kieran 2018b, Lacocque 2020), wozu insbesondere die Arbeit von Boden (2004) beigetragen hat. Die Philosophin hat einen zugänglichen Vorschlag vorgelegt, Kreativität einerseits zu definieren (ebd.: 43–46), andererseits aber auch in zwei verschiedene Kategorien einzuteilen (ebd.: 3–6). Boden unterscheidet definitorisch zwischen psychologischer und historischer Kreativität. Für die Erstere genügt es, wenn eine Aktion dazu führt, dass etwas für die involvierte Person Überraschendes und Neues produziert wird (ebd.: 43–46)⁴⁹. Historische Kreativität ist für Boden ein Spezialfall der psychologischen Kreativität, da in der gesamten Menschheitsgeschichte noch niemand je diesen konkreten Gedanken hervorgebracht hat (ebd.). Darüber hinaus kann Kreativität laut Boden in drei verschiedene Kategorien⁵⁰ fallen, die voneinander zu trennen sind.

Bodens Vorarbeit führte zu einem kritischen Diskurs über die Bedingungen, definitorischen Prämissen und kategoriellen Grenzen von Kreativität, welche die vorliegende Arbeit im Zuge der Suche nach einer Arbeitsheuristik insofern zu berücksichtigen sucht, als die zentralen argumentatorischen Linien der Definitionsansätze nachgezeichnet werden. Auch wenn Überlegungen zu mentalen Vorgängen⁵¹, der Frage nach der Tugendhaftigkeit

49 Boden führt das Beispiel eines 12-jährigen Kindes an und vergleicht dabei die heilende Kraft des Schlafes mit dem ‚knitting up a raveled sleeve‘. Für das Kind ist dies sicherlich kreativ – für Kenner_innen von Shakespeares MacBeth hingegen ein alter Hut.

50 I. Die Kombination von bekannten Elementen in unbekannter oder neuer Art und Weise (combinational creativity, Boden 2004: 40f.). II. Die Er- und Ausweitung des Denk- und Ideenraumes, wodurch ein Gedanke oder eine Verbindung möglich ist, die in der vorherigen Konzeptionierung nicht antizipierbar war (exploratory creativity, Boden 2004: 58–61). III. Etwas, das bislang nicht denkbar gewesen wäre (transformational creativity, Boden 2004: 61–87).

51 Mentale Vorgänge wurden in der philosophischen Debatte der letzten 20 Jahre hinsichtlich der Fähigkeit zur und Relevanz von Imagination (u. A. siehe Gaut 2003, Stokes 2014) dominant verhandelt.

von kreativen Akten⁵² und der Disposition⁵³ in der philosophischen Debatte prominent diskutiert werden, so werden sie in der vorliegenden Arbeit mit Verweis auf die Datengrundlage (siehe Kapitel 3), die Analysemethode (siehe Kapitel 2) und die Zielsetzung der Arbeitsheuristik (siehe Kapitel 4) ausgespart.

Eine im philosophischen Diskurs zentrale Frage, welche sich in Abgrenzung zu Bodens primär auf das Endresultat fokussierte Definition etablierte, ist diejenige nach der Intentionalität. So weisen Gaut/Kieran (2018a: 3) darauf hin, dass Alexander Flemings berühmte Petrischale nur deshalb den Verschimmelungszustand erreichte, weil er sie schlicht vergessen hatte – und nicht, weil er die Entdeckung von Penicillin so geplant hätte. Einen solchen Zufall kreativ zu nennen, ist aus ihrer Sicht nicht zielführend, weshalb sie zwischen Originalität und Kreativität unterscheiden. Erstere kann auch zufällig sein (wie in Flemings Fall), Letztere setzt einen Prozess voraus, in dem so etwas wie intentionales Handeln eine relevante Größe darstellt. Obgleich diese Unterscheidung breiten Anklang findet, stehen dem auch einige Theoretiker_innen gegenüber, welche die Intentionalität als zu restriktiv empfinden – und beispielsweise auch der (Evolutionen-)Biologie Kreativität zusprechen (Dennett 1995: 70, Boden 2018). Der Diskurs um die Intentionalität ist für die vorliegende Arbeit insofern relevant, als die Schaffensprozessen in Werbeagenturen aufgrund der Marktlogik zu einem gewissen Grad intentional und gerichtet ablaufen (Krämer 2014: 205–227). Das kann zwar nicht als hinreichende, jedoch in Abhängigkeit von der philosophischen Perspektive als notwendige Bedingung angesehen werden⁵⁴.

Ungeachtet der zugrundeliegenden teleologischen (Gaut 2010: 1041f.) Komponente, die als umstritten betrachtet werden kann, verweist die Intentionalitätsdebatte darüber hinaus auf einen zentralen Faktor, der für die hier angestrebte Suche nach einer arbeitsheuristischen Definition von Kreativität produktiv ist: Viele Theoretiker_innen der modernen philosophischen Debatte verstehen Kreativität weniger als Eigenschaft einer Entität, sondern

52 Siehe beispielsweise Kieran (2014) aber auch Gaut 2010: 1039f.

53 Hier kann auf die Darlegung der psychologischen Debatte (siehe Kapitel 4.1.1) verwiesen werden, welche in der Philosophie rege wahrgenommen und kommentiert wird (vgl. beispielsweise Gaut 2010).

54 Dass diese Bedingung jedoch höchst umstritten ist, kann mit Gauts Argument belegt werden: „If one takes the means to an end, one has to know the end. But if a process of making something is creative, then one cannot know the end: for if one knows the end, one has already been creative.“ (Gaut 2010: 1041)

vielmehr als Prozess, der gewisse Voraussetzungen erfüllen muss, um kreativ genannt werden zu können.

Abgesehen von der Intentionalität lässt sich aus philosophischer Perspektive Kreativität auf ihre notwendigen Bestandteile hin befragen. Es überrascht nicht, dass auch in der Philosophie der Begriff des Neuen (siehe Kapitel 4.5) in unterschiedlicher Gewichtung eine definitorische Grundlage bildet (siehe beispielsweise Boden 2004: 1, Novitz 1999: 77, überblicksartig siehe Moltmann/Rath 2017).

Nebst dem Neuen bildet in vielen philosophischen Definitionsansätzen der Faktor des Wertes (in englischen Publikationen „value“ vgl. Gaut 2018) eine wesentliche Komponente. Obgleich in der philosophischen Debatte seit Kant⁵⁵ grösstenteils Einigkeit darüber herrscht, dass der Wert eine konditionale Grösse in der Definition von Kreativität darstellt, ist die Frage nach den Gelingensbedingungen für die Kategorie des Wertes nicht abschliessend geklärt. So lassen sich in der philosophischen Debatte der letzten 30 Jahre keine abschliessenden Antworten auf die Fragen finden, ob auch innovative Foltermethoden als kreativ (und somit als wertvoll) erachtet werden können (siehe Cropley et al. 2008), ob ein Agens, das sich im Prozess des Kreierens befindet, sich des Wertes der eigenen Hervorbringung bewusst sein muss (Dutton 2009), inwiefern so etwas wie Glück oder Zufall im Kreierungsprozess den Wert mildert oder gar kategorisch ausschliesst (Novitz 1999: 75) und ob umgekehrt ein regelgeleitetes Handeln kreativ-wertvoll sein kann (Deutsch 1991).

Betrachtet man die oben skizzierten Faktoren im Hinblick auf die zu entwickelnde Arbeitsheuristik der Kreativität, so lässt sich schliessen, dass der gemeinsame Nenner der Kategorie des Neuen aus philosophischer Sicht ein zentraler Bestandteil jedweder Kreativitätsdefinition zu sein scheint. Des Weiteren wird Kreativität überwiegend als Prozess verstanden, der keinen „originalen Unsinn“ (Kant 2014a: § 46) zutage fördert, sondern einen (Mehr-)Wert bildet. Diese Definitionsbestandteile sind an die bereits herausgearbeiteten Überlegungen der psychologischen (siehe Kapitel 4.1) und

55 Auch wenn weitere Passagen herbeigezogen werden könnten, sei hier auf das Kant'sche Argument verwiesen, mittels welchem er im Zuge der Definition des Genies schlussfolgert, dass „Originalität seine erste Eigenschaft sein müsse. 2) Daß, da es auch originalen Unsinn geben kann, seine Produkte zugleich Muster, d.i. exemplarisch sein müssen; mithin, selbst nicht durch Nachahmung entsprungen, anderen doch dazu, d.i. zum Richtmaße oder Regel der Beurteilung, dienen müssen.“ (Kant 2014a: § 46)

soziologischen (siehe Kapitel 4.2) Forschung anschlussfähig – und lassen sich für eine interaktional ausgerichtete Arbeitsheuristik fruchtbar machen.

4.4. Linguistische Perspektiven auf Kreativität

„Man muss sich ausdrücken können; auch das gehört zum Kreativen (im doppelten Sinne!) dazu. Es bildet den krönenden Abschluss.“

(Lenk 2000: 98)

Sucht man innerhalb der angewandten Linguistik nach Ansätzen, die sich mit Kreativität beschäftigen⁵⁶, so stösst man auf unterschiedlichste Herangehensweisen (Ehrhardt 2011, Borkent et al. 2013), welche sich auf partiell überlappende, komplementäre und zum Teil kontradiktorische Definitionsgrundlagen von Kreativität stützen. Der Versuch, diese Konzeptionen zu systematisieren, ist daher zwingend reduktionistisch, liegen den Ansätzen doch nicht nur verschiedene Perspektiven auf Kreativität zugrunde, sondern auch unterschiedliche forschungspraktische Standpunkte der Konzeption von Sprache, aus welchen heraus diese Perspektiven eingenommen werden.

Einer der prominentesten Ansätze, die unterschiedlichen linguistischen Perspektiven auf Kreativität in einen integrativen Überblick zu vereinen, stellt die Systematisierung von Jones (2016b: 2) dar, welcher zwischen den *semiotischen Ressourcen*, welche Menschen zur linguistischen Kreativität zur Verfügung stehen, den *kognitiven, mentalen Prozessen*, die linguistische Kreativität möglich machen, den *sozialen Prozessen*, welche Kreativität begleiten oder mitbestimmen, und dem *Endprodukt*, also dem Text oder der (non-)verbalen Interaktion, unterscheidet und linguistische Forschungsansätze nach ihrem primären Fokus in diese vier Felder einordnet.

56 Es ist darauf hinzuweisen, dass gerade in den letzten Jahren eine Handvoll linguistische Untersuchungen publiziert wurden, welche das Schlagwort *Kreativität* zwar verwendeten (Schmidt/Deppermann 2021), dieses allerdings nicht definierten. Da die genaue Begriffsarbeit und Herleitung einer Definitionsgrundlage im Vordergrund steht, werden diese Ansätze im Folgenden ausgeblendet.

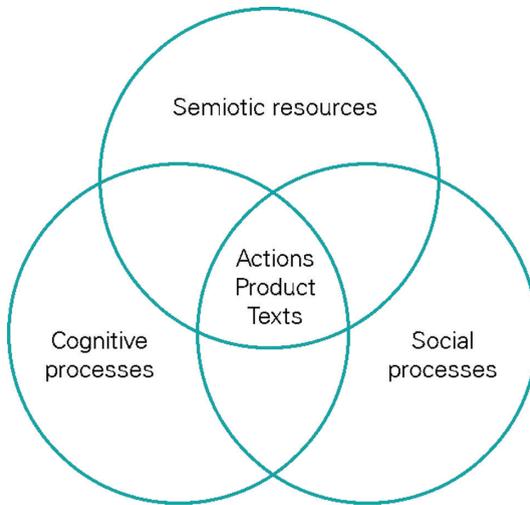


Abb. 12: Conceptual map for language and creativity nach Jones (2016:2)

So folgelogisch diese Unterscheidung auch erscheinen mag: Der Autor selbst weist darauf hin, dass „[a]t the same time, you will also be hard pressed to find any author who is able to stay within the borders of one segment of the map.“ (ebd.) Der in der Folge präsentierte Überblick nimmt sich daher die Freiheit, auf die von Jones vorgeschlagenen Felder zu referenzieren, versucht allerdings entgegen der Jones’schen Systematisierung eine Perspektive einzunehmen, welche sich den Konzeptionalisierungen aus definitorischer Richtung nähert. Dadurch geraten Bestandteile des *Definiens* (Pawlowski 1980: 11) von (sprachlicher) Kreativität in den Vordergrund – und ermöglichen so einen systematischen Blick auf diejenigen Definitionsbestandteile, welche für die Arbeitsheuristik (siehe Kapitel 5) fruchtbar gemacht werden können.

4.4.1. Kreativität ist sprachlicher Alltag

Die erste Differenzierung, welche im Zuge einer Übersichtsdarstellung vorgenommen werden kann, ist ausgehend vom Endprodukt (Jones 2016b: 2) diejenige der von den Autor_innen postulierten Häufigkeit kreativer Phänomene. Die Perspektive, welche im Folgenden dargestellt wird, fasst Studien

zusammen, die deutlich postulieren, Kreativität sei ein allgegenwärtiger Bestandteil des alltäglichen Sprachgebrauchs (siehe unter anderem Maybin/Swann 2007: 498, Maybin 2016, Aikhenvald/Storch 2019).

Auch wenn die Phänomene, die in den nachfolgend vorgestellten Studien untersucht werden, grösstenteils deckungsgleich sind, ist die Verwendung und Konzeption der mit Kreativität assoziierten oder teilweise gar kongruent dazu verwendeten Konzepte wie *poetisch* (mit Referenz auf Jakobson beispielsweise Tannen 1989: 2), *spielend/spielerisch* (Crystal 1998, Pomerantz/Bell 2007, Bell 2012, auch Aikhenvald/Storch 2019), *humorvoll* (Holmes 2007, North 2007) oder *literarisch* (zu verstehen als Übernahme von literarischen Phänomenen in die gesprochene Sprache, siehe Carter 2004) nicht immer deutlich. Als kleinster gemeinsamer Nenner lässt sich festhalten, dass als grundlegendes Kriterium die Devianz bemüht wird; kreativer Sprachgebrauch weicht in einer gewissen Art und Weise vom Normalfall⁵⁷ ab und schafft dadurch etwas Neues, welches je nach Vorhersag- und Erklärbarkeit als kreativ bezeichnet wird.

Einen Versuch, die diversifizierte Debatte (vgl. z.B. Jones 2016a) durch das Verbinden von Konzepten in einen gemeinsamen Rahmen zu integrieren, legten Maybin/Swann (2007) vor, wobei sie sich allerdings nicht explizit auf das oben genannte Kriterium der Devianz stützen, sondern implizit ihre Auswahl davon leiten liessen und auf Basis einiger der oben genannten Arbeiten (konkret: Tannen (1989), Cook (1997, 2000), Crystal (1998) und Carter (2004)) ein Analyseraster entwickeln, das integrativ verschiedene Dimensionen ebenjener mit Kreativität assoziierten Begriffe und Forschungspositionen zu bündeln versucht. Die Dimensionen, welche die beiden Autor_innen vorschlagen, ordnen sich in die drei Ebenen „textual“, „contextualised“ und „critical“ (Maybin/Swann 2007: 511–513) und markieren dabei unterschiedliche Foki, welche laut ihnen in der linguistischen Kreativitätsforschung angenommen wurden.

57 Dass selbst dieser kleinste Nenner nicht allumfänglich unterstützt wird, zeigt sich beispielsweise deutlich im Aufsatz von Carter (2004), der die These in den Raum stellt, dass „[...] creative language may be a default condition, a norm of use from which ordinary, routine “non-creative” exchanges constitute an abnormal departure.“ (ebd. 214) Hier und in der Folge wird die Devianz dennoch weiterhin als verbindendes Element aufgeführt; denn obgleich Carter den kreativen Sprachgebrauch als Standard beschreibt, wendet auch er die Devianz als Unterscheidungskriterium an, um kreatives Sprechen von nicht kreativem Sprechen abzugrenzen.

Der erste analytische Fokus, welchen Maybin und Swann vorschlagen, ist derjenige der textuellen Ebene, welcher sich primär mit „adopting, adapting, and playing with, a range of linguistic forms—word play, figures of speech, echoing or transforming others’ words, etc.“ (ebd.: 512) auseinandersetzt. Der Begriff „textual“ verweist hier, ähnlich wie Carters (2004) Begriff des *Literarischen*, nicht darauf, dass die Phänomene ausschliesslich auf einer schriftlichen Ebene zu beobachten sind, sondern vielmehr auf die Beschaffenheit alltagssprachlicher Formen. Auch wenn die Beweggründe der Autor_innen nachvollziehbar sind, Studien zu Wort- und Sprachspielen (Winter-Froemel/Thaler 2018) als einen Beitrag zu verschiedenen Aspekten von Kreativität zu verstehen, zeigt ein exemplarischer Blick in aktuelle Forschungsdebatten innerhalb der Morphologie, dass die Allgemeingültigkeit dieser Perspektive (Spiel mit Sprache = kreativ) eher umstritten und in generalisierter Form nur schwer aufrechtzuerhalten ist.

So hat sich im Bereich der lexikalischen Morphologie in den letzten Jahrzehnten eine extensive linguistische Debatte mit der Differenzierung der Konzepte Produktivität und Kreativität (hinsichtlich der Wort(neu)bildung, siehe beispielsweise Innerwinkler 2015) auseinandergesetzt, wobei ungeachtet des langen Zeitraumes die Auslotung der Grenzen zwischen den beiden Begriffen bei weitem nicht abgeschlossen oder trennscharf ist (siehe Munat 2016: 93). Dies liegt nicht zuletzt daran, dass die beiden Konzepte an sich schon nicht klar abgrenzbar sind; so wird beispielsweise Produktivität in der aktuellen Debatte weniger als klar zuschreibbares Merkmal, sondern eher als Kontinuum (Schröder/Mühleisen 2010: 44, Munat 2016: 93) gefasst, was eine eindeutige Kategorisierung und vor allem Grenzziehung erschwert. Es ist zu erwähnen, dass in der Vergangenheit nichtsdestotrotz verschiedene Versuche gestartet wurden, die beiden Konzepte klar voneinander zu differenzieren. Beispielsweise legte Lyons (1977) nahe, den Konzepten lägen unterschiedliche Arten der Prägung bei der Wortbildung zu Grunde, van Marle (2017: 38–77) versteht Kreativität als Hyperonym von Produktivität, und Bauer (2001: 64) sieht die beiden Konzepte gar als Hyponyme sprachlicher Innovation, die sich dadurch unterscheiden, „[. . .] whether or not rule-governedness is envisaged.“ (ebd.) Ohne die verschiedenen Verbindungsversuche an dieser Stelle vertiefen zu können, sollte die Skizzierung⁵⁸ verdeutlicht haben, dass „[. . .] there is great divergence among linguists as to

58 Eine gute Übersicht über die morphologische Debatte um die Abgrenzung zwischen Kreativität und Produktivität bietet Bauer (2001: 62–71)

which [. . .] are productive and which creative patterns, because they all serve to modify and expand our lexicon.“ (Munat 2016: 95)

Die zweite analytische Dimension, auf welche Maybin/Swann (2007) hinweisen, ist diejenige der Kontextualität, womit sie die „contextual embeddedness of such textual strategies, and their potential for recontextualization to particular interactional and aesthetic effect“ (ebd.: 512) ansprechen. Sprachliche Kreativität ist für die Autor_innen unter diesem Fokus dementsprechend „intertwined with a range of shifting communicative purposes [. . .] both responsive to and constitutive of particular contexts [. . .] dialogically co-constructed [. . .and] historically and culturally contingent“. Diese Kontextualität sprachlicher Kreativität (Pennycook 2007) ist zwar nicht von der Hand zu weisen, gilt gleichzeitig aber, folgt man (wie die Autor_innen auch) Goffman (1981), für jegliches sprachliches Phänomen, welches in einen interaktiven Kontext gestellt oder gar in einem solchen verhandelt wird. Sofern eine Interaktion vorliegt, kann die Kontextualität dementsprechend als Merkmal sprachlicher Kreativität gefasst und somit als Hinweis auf eine theoriekonstituierende Analyse sicherlich fruchtbar gemacht werden. Allerdings trägt das Merkmal nicht zur exakteren Bestimmung oder gar Eingrenzung des Begriffes sprachliche Kreativität bei. So kann zwar konstatiert werden, dass interaktive Kreativität im Hinblick auf einen gewissen Kontext gesehen werden kann (und sollte), doch im Umkehrschluss muss die (re-)kontextuelle Einbettung eines sprachlichen Musters nicht zwingend auf einen kreativen Sprachgebrauch verweisen.

Maybin und Swanns (2007: 513) dritte Dimension setzt den Fokus auf das evaluative Potenzial von Kreativität⁵⁹. So sei Kreativität „critical in the sense that, like all language use, linguistically creative episodes are necessarily evaluative, reflecting and constructing a certain evaluative stance [. . .]“. Dass das evaluative Potenzial von kontextualisiertem Sprachgebrauch analytisch nicht unterschätzt werden darf, ist spätestens seit Grice (1979) deutlich geworden – weshalb die Folgerung, dieses Potenzial auch hinsichtlich eines – wie auch immer gearteten – kreativen Sprachgebrauchs mit zu berücksichtigen, folgelogisch erscheint. Ob sich über den Umstand hinaus eine hierarchische Ordnung postulieren lässt (im Sinne von: „Kreativer Sprachgebrauch zeichnet sich mitunter durch sein evaluatives Potenzial aus und ist demnach evaluativer als ‚normaler‘ Sprachgebrauch“), wäre noch

59 Die Autor_innen sprechen an dieser Stelle explizit nicht mehr von sprachlicher Kreativität, sondern von „an additional focus on creativity“ (Maybin/Swann 2007: 513)

zu überprüfen. Als Kriterium, um kreativen Sprachgebrauch als solchen zu identifizieren, ist diese Kategorie jedoch nur schwer aufrechtzuerhalten.

Zur Verortung des Forschungsansatzes der vorliegenden Studie lässt sich festhalten, dass es aus der interaktionslinguistischen Perspektive, die hier eingenommen wird (siehe Kapitel 2), zu generalisierend und gleichzeitig zu kurz gegriffen scheint, Kreativität unter einem Blickwinkel zu verstehen, welcher jeglichen von der Norm abweichenden Sprachgebrauch als kreativ bezeichnet. Diese Setzung ist einerseits zu generalisierend, da die Abgrenzungs- und Definitionsproblematik, welche selbst in der langjährigen psychologischen Forschung noch nicht geklärt ist (siehe Kapitel 4.1 oben), durch das Merkmal der Devianz explizit wird. Dadurch stellt sich nicht nur die Frage, welche Norm als geltende Konvention⁶⁰, deren Brechung als kreativ gewertet werden könnte, überhaupt relevant gesetzt werden kann, darf und sollte, sondern auch die Frage, welche Graduierung der Regelkonformität⁶¹ als kreativ gelten soll. Andererseits greift der oben genannte Blickwinkel auch forschungspraktisch zu kurz, da eine derart gestaltete Konzeptionierung von Kreativität gerade hinsichtlich multimodaler Daten schnell an Grenzen stösst, weil sie Kreativität auf dasjenige reduziert, was aus der jeweiligen Perspektive heraus von der Norm abweicht. Kritik in ähnlicher Form wurde schon in den späten 80er Jahren in der psychologischen Debatte vorgetragen (siehe Kapitel 4.1.2). Festhalten lässt sich allerdings auch, dass die Verweise auf die kontextuelle Einbettung und die situative Ordnung, in welcher Kreativität beobachtbar wird, sowie diejenigen auf das evaluative Potenzial wesentlich sind – und in den Forschungsansatz eingebunden werden müssen.

Eine zweite grosse Gruppe an Studien, welche sich aus linguistischer Perspektive mit Kreativität unter der Prämisse der Alltäglichkeit auseinandergesetzt hat, stammt aus dem Bereich der kognitiven Linguistik und ihrer Vorläufer. Wesentliche Ursprünge gehen dabei auf Chomskys (1959) Kritik an Skinner (1957) zurück, welche nicht nur den Übergang

60 Ein wesentlicher sprachphilosophischer Begriff, über den schon zu vorsokratischen Zeiten reflektiert wurde und dessen Setzung gerade dann höchst relevant wäre, wenn es darum geht, eine Abweichung davon festzuhalten (Schrader/Kimminich 2017).

61 Hier und in der Folge wird begrifflich nicht streng zwischen Regel und Konvention unterschieden, da die durchaus spannende Begriffsdebatte das Thema der vorliegenden Arbeit nur am Rande streift (so sieht beispielsweise Searle 1974: 24) das Sprachsystem als ein regelgeleitetes Verhalten, wohingegen Wittgenstein die Konvention unter Einhaltung eines Regelwerkes betont, vgl. Kripke/Pape (2006).

vom Behaviourismus zum Kognitivismus einläutete, wie Langlotz (2016) anmerkt, sondern auch eine Debatte über sprachliche Kreativität vom Zaun brach. Chomsky verwies in den Jahren nach seiner Kritik an Skinner immer wieder auf den Umstand, dass eine zentrale Eigenschaft von Sprache eben darin bestehe, „[...] that it provides the means for expressing indefinitely many thoughts and for reacting appropriately in an indefinite range of new situations“ (Chomsky 1965: 6). Die aus dieser grundlegenden Beobachtung und der darauf aufbauenden generativen Grammatik (Cook/Newson 2008) gezogene Schlussfolgerung für kreativen Sprachgebrauch ist zwiespältig:

„Chomsky assumes language to be an inherently and fundamentally creative cognitive capacity. On the other hand, the conceptual isolation of grammar as a mental module, with its exclusive working principles, prevents generative theory from including any other phenomena of creative language use that go beyond the creativity of the ‘coherent ordinary use of language’.“ (Langlotz 2016: 47)

Aus Chomskys Perspektive ist Sprache demnach schon an sich kreativ, da auf Basis des grammatikalischen Regelsets auf immer neue und unbekannte Situationen adäquat reagiert werden muss. Gleichzeitig bleiben all jene sprachlichen Phänomene, welche über ebenjene Produktivität hinausgehen, traditionellerweise⁶² ausserhalb des Analysefokus.

Zentral werden sie hingegen in der Relevanztheorie (Sperber/Wilson 1986, 2002), die – wie auch Chomsky – der erweiterten kognitivistischen Grundannahme (Pylyshyn 1986) der Modularität des Geistes (Fodor 1983) folgt, im Unterschied dazu allerdings die ‚metapsychologischen Fähigkeiten‘ der Rezipient_innen (Sperber/Wilson 1995) ins Zentrum der Aufmerksamkeit stellt. Zudem postuliert sie nicht wie Chomsky (Cook/Newson 2008) nur ein kognitives Modul, sondern zwei solche Module, welche die Sprachverarbeitung und vor allem das Sprachverständnis zu erklären versuchen (Sperber/Wilson 2002). Im Zusammenhang der vorliegenden Studie ist dies insbesondere deshalb relevant, weil die Relevanztheorie (ebd.) dadurch den Fokus auf Äusserungen legt, welche nur kontextspezifisch erfasst und verstanden werden können (Grice 1957, 1969, für die Unterschiede der Relevanztheorie zu Grices Maximen siehe Sperber/Wilson 1995: 161–163). Die Relevanztheorie geht davon aus, dass, vereinfacht gesprochen, der oder die

62 Mit Ausnahmen; so gibt es beispielsweise in der linguistischen Humorthorie Beiträge, welche ebenjene Phänomene aus generativer Perspektive zu erfassen versuchen (vgl. Attardo/Raskin 1991)

Produzent_in einer Äußerung den relevantesten kommunikativen Stimulus (Sperber/Wilson 1995: 118–171) auswählt, um die eigenen Intentionen in die Äußerung einzubinden (Langlotz 2016: 48), die rezipierende Person diesen Stimulus auf Basis von mentalen Relevanzhierarchien interpretiert und diejenigen semantischen Kontexte aktiviert, durch welche sich die Inferenzen kohärent in den kommunikativen Kontext einbetten lassen. Kreativer Sprachgebrauch spielt mit diesen Inferenzen und lässt sich dadurch fassen, dass:

„[i]n general, the wider the range of potential implicatures and the greater the hearer’s responsibility for constructing them, the more poetic the effect, the more creative the metaphor. [...] The surprise or beauty of a successful creative metaphor lies in this condensation, in the fact that a single expression which has itself been loosely used will determine a very wide range of acceptable weak implicatures.“ (Sperber/Wilson 1995: 236f.).

Dieses theoretische Rahmenkonstrukt wurde in der Folge, basierend auf den Annahmen Sperbers und Wilsons (ebd.: 231–243), sowohl von den Autor_innen selbst (Wilson/Sperber 2012) als auch von anderen (bspw. Vega Moreno 2007) insbesondere auf Metaphern und Ironie angewendet. Für die vorliegende Arbeit ist der richtungweisende Hinweis auf den „range of potential implicatures“ (Sperber/Wilson 1995: 236) primär hinsichtlich der (siehe Kapitel der vorliegenden Arbeit 6.4) Darstellung von (noch) nicht physisch präsenten Ideen relevant, und zwar insofern, als dadurch die rezipierende Seite der Bedeutungskonstruktion betont wird. Im hier verfolgten Paradigma wird das kreative Potenzial allerdings nicht nur auf verbaler Ebene festgemacht, sondern vielmehr in einem Interaktionskontext gesehen, in dem die verbale Ebene als eine von verschiedenen Ressourcen betrachtet wird, welche den Interaktionsteilnehmenden zur Interaktionskonstitution und der Konstruktion von geteilten Vorstellungsräumen (Ehmer 2011) zur Verfügung stehen (vgl. Hausendorf et al. 2012b: 14).

4.4.2. Kreativität ist metaphorisch

Ein forschungshistorisch betrachtet grundlegender Beitrag, welcher die Verschränkung und Interdependenz verschiedener kommunikativer Ressourcen auf kognitiver Ebene programmatisch in den Vordergrund rückte, stammt aus der kognitiven Linguistik, die sich von der kognitionswissenschaftlich

geprägten Hypothese der *Modularität des Geistes* emanzipiert hat (Langlotz 2016: 50–52) – konkret aus der konzeptuellen Metaphertheorie (Lakoff/Johnson 2003). Diese Theorie postuliert im Kern ein Primat des Kreativen (Langlotz 2016: 50); die menschliche Kognition wird als grundsätzlich kreativ angesehen, da die erlebbare Welt stets mittels metaphorischer Konzepte repräsentiert sowie auch vermittelt wird (Gibbs 1994, Lakoff/Johnson 1999). Wie Lakoff/Johnson (2003) festhielten, sind metaphorische Äußerungen, welche unsere Alltagskommunikation durchdringen, in Abgrenzung zur klassischen Rhetorik nicht nur poetische Schmuckstücke (Langlotz 2016: 50), sondern prägen sowohl die Konzeptualisierung als auch die Kategorisierung von Wahrnehmungen und deren Vermittlung fundamental. Die damit einhergehende, bereits in den 1970er Jahren postulierte Prämisse, dass Metaphern eine zugrundeliegende Tiefenstruktur aufweisen, welche auf mentale Repräsentationen rückführbar sind (vgl. Black 1977), lässt sich mit Lakoff/Johnson noch einen Schritt weiterdenken: Sie wiesen (mit klarem Fokus auf verbale Ressourcen) darauf hin, dass ein Grossteil der konzeptuellen Metaphern ihren Ursprung in der Interaktion und der sie umgebenden physikalisch erlebbaren Welt haben. Das vielfach zitierte Beispiel, Gutes sei stets oben angesiedelt und Schlechtes unten, findet sich laut den Autoren in verschiedenen verkörperten Erfahrungen wieder, seien es die Mundwinkel, die Körperhaltung oder soziale Hierarchien (ebd.: 14).

Die konzeptuelle Metaphertheorie hat seit ihrem Aufkommen nicht nur breite Anwendung erfahren, sondern über die Analyse von kreativen Zusammensetzungen (Benczes 2006), die Untersuchung kreativer Phraseologismen und Idiome (Langlotz 2006), metaphorische Kreativität in Diskursen (Semino 2008) oder im Humor (Veale et al. 2006) auch dezidiert sprachliche Kreativität in den Fokus gesetzt. Obgleich in der Vielzahl der Studien rund um die kognitive Metaphertheorie das Schlagwort der Kreativität zur Beschreibung der Fähigkeit des menschlichen Geistes sowohl in der Produktion metaphorischer Konstrukte als auch in deren Verstehen angeführt und stark gemacht wird, bleibt das zugrundeliegende Konstrukt der Kreativität oftmals selbst metaphorisch und interpretationsbedürftig.

Wollte man die unterschiedlichen Verwendungsweisen des Wortes *kreativ* innerhalb der kognitiven Metaphertheorie vereinen, so könnte man vorsichtig formulieren, dass damit auf einen Akt der Übertragungsleistung auf produktiver oder rezeptiver Ebene verwiesen wird, welchem ein gewisser Grad an Kombinationsfähigkeit und Konzeptualisierungskapazität innewohnt. Inwiefern, aus welcher Perspektive und weshalb dieser Akt kreativ

ist, bleibt dabei häufig vage und in den rezipierten Studien grösstenteils definitorisch ungenau.⁶³ So versteht beispielsweise Müller (2012: 122) metaphorische „[. . .] Kreativität abweichungstheoretisch als funktional und sozial akzeptable Abweichung von gewohnten und etablierten Ausdrucksmustern [. . .]“ – eine definitorische Setzung, die Csikszentmihalyi (1996) in ähnlicher Art und Weise (allerdings mit weitreichenderen Implikationen; siehe Kapitel 4.1.2) für Kreativität im Allgemeinen bereits fruchtbar zu machen versucht hatte. So zugänglich und alltagsnah die Definition auch sein mag – es fällt schwer, dem mit diesem Definitionsansatz verbundenen Einwand (der in bereits in der Kritik zum evaluativen Vorgehen der Psychologie ausführlicher hergeleitet wurde, siehe Kapitel 4.1.1), dass dadurch primär das (Wert-)Urteil der/des jeweiligen Forschenden gegenüber dem als kreativ zu kategorisierenden Untersuchungsgegenstand sichtbar wird, etwas entgegenzuhalten.

Ebenjenem Einwand sind auch die Ansätze der modernen kognitiven Linguistik ausgesetzt, die sich vom Fokus der kognitiven Metapherntheorie auf die verbale Ebene schrittweise lösen und sich in die Multimodalität der Interaktion vorwagen. Obgleich durch die sukzessive Ausweitung auf verschiedene kommunikative Modi in den letzten Jahrzehnten wiederholt überzeugend nachgewiesen werden konnte, dass die zentralen kognitiven Prinzipien der Bedeutungszuweisung, welche in der kognitiven Metapherntheorie für die verbale Ebene postuliert wurden, sich auch in anderen Modi wiederfinden lassen (vgl. Langlotz 2016: 54, einen Überblick bieten Cienki/Müller 2008), können die Verschlagwortung ebenjener Prinzipien und deren beobachtbare Sedimentierungen in Experimenten oder natürlichen Interaktionen als ‚kreativ‘ nur selten als weiterführende kategoriale Grösse über den Untersuchungsfokus hinaus fruchtbar gemacht werden. Dies kann exemplarisch anhand der Studie von Cienki/Mittelberg (2013) verdeutlicht werden, in der die Autor_innen redenbegleitende Gesten als ‚kreativ‘ kategorisieren, welche sich in der stroke-phase (Kendon 2004: Kapitel 7) auf formaler Ebene durch „[. . .] the use of greater than normal dynamicity [. . .] the use of more

63 Ähnliches gilt für die Blending-Theorie (Fauconnier 1997), welche zwar verschiedentlich als “general cognitive theory of creativity” (Langlotz 2016: 52) bezeichnet wurde und entgegen der vielversprechenden Bezeichnung zwar verschiedene kognitive Leistungen als *kreativ* bezeichnet, sie jedoch nicht in eine umfassendere Kreativitätstheorie überführt, welche für die Interaktionslinguistik fruchtbar gemacht werden könnte (vgl. Martinez et al. 2012: 221, 238).

extensive gesture space [. . .and/or] coordination with other embodied aspects of production“ (Cienki/Mittelberg 2013: 234–241) auszeichnen. Obgleich die Studie durch die minutiöse sequenzielle Analyse verschiedene Hervorhebungsmechanismen auf gestischer Ebene adäquat zu beschreiben weiss, ist die vorgenommene kategorielle Unterscheidungsdimension (normal/kreativ) aufgrund der nicht ausformulierten theoretischen Basis, durch welche die Kategorisierung nachvollziehbar und dadurch auch anschlussfähig würde, für die vorliegende Studie thematisch zwar relevant, lässt sich allerdings nur schwer daran anknüpfen.

4.5. Das Neue

In den vorangegangenen Kapiteln wurde wiederholt darauf hingewiesen, dass der Begriff des Neuen als zentrale Grösse in praktisch allen Definitions-, Forschungs- und Theorieansätzen zur Kreativität vorkommt – zumeist allerdings, ohne den Begriff zu klären oder den axiomatischen Charakter des Neuen explizit zu machen. Das folgende Kapitel möchte daher einen kurzen Überblick über einige zentrale Vorstellungen des Neuen präsentieren und sequenziell deren Implikationen für die Gegenstandskonstitution des Kreativen thematisieren. Am Ende des Kapitels wird eine Formalisierung des Neuen angestrebt, welche für die Interaktionslinguistik und den hier angestrebten datenbasierten Forschungsansatz nutz- und fruchtbar gemacht werden kann.

Anhand des Deutschen Wörterbuches von Jacob und Wilhelm Grimm lässt sich exemplarisch eine der zentralen Schwierigkeiten der definitorischen Festsetzung des Neuen aufzeigen: Das Neue wird hier nebst eher uneindeutigen Analogien („erst oder unlängst entstanden, geschehen, gemacht, beginnend; erst der neueren zeit oder gegenwart (sic!) angehörend oder davon handelnd.“ Grimm/Grimm 1854–1961) primär antonymisch und in Abgrenzung zu Begriffen wie alt, verbraucht und bekannt erwähnt. Diese Dialektik ist keineswegs einzigartig für das Grimm'sche Wörterbuch – oder Wörterbücher im Generellen –, sondern durchzieht die Diskurse der Kunst, Kultur, Geschichtsschreibung und der Philosophie gleichermassen (Moltmann/Rath 2017). Die zugrundeliegende Paradoxie besteht dabei, wie Mahrenholz (2011: 29–38) in ihrer theoretisch orientierten philosophischen

Analyse für den Begriff der Kreativität⁶⁴ differenziert herausgearbeitet hat, darin, dass zwei Zustände gleichzeitig existieren, die sich formallogisch ausschließen: Einerseits muss zwischen dem, was neu, und dem, was alt ist, eine Grenze gezogen werden (auch eine negierende, die bestimmend wirkt). Weil dadurch, vereinfacht gesprochen, kategorielle Klassen geschaffen werden, wirkt diese Grenze differenzierend und determinierend. Andererseits besteht das wesentliche Attribut des Neuen genau darin, sich nicht auf etwas Bestimmtes rückführen zu lassen – eben weder determinierbar noch finit zu sein. So schlussfolgert Mahrenholz (2011: 30) denn auch prägnant: „Sie [die Zustände/Eigenschaften] sind nicht nur unterschiedlich, sie schließen einander aus, und dennoch sind sie stets aufeinander bezogen.“

Ferner ist festzuhalten, dass die Theoretisierung des Neuen (ebenso wie diejenige der Kreativität vgl. Weiner 2000) einem kulturellen und historischen Wandel unterworfen war und ist (Moltmann/Rath 2017). Der Überblick, der in der Folge präsentiert wird, ist demnach aufgrund der Zielsetzung der Suche – der Konstitution eines interaktionslinguistisch fruchtbaren Begriffes des Neuen, der zur Identifikation kreativer Hervorbringungen in den erhobenen Daten angewendet werden kann – kein grundsätzlich kultur- und zeitraumübergreifender, sondern ein spezifischer und auf die Daten hin abgestimmter.

Konstitutiv für die folgende Gegenstandsbestimmung des Neuen ist demnach nicht eine genealogische oder ideengeschichtliche Darstellung des Begriffes⁶⁵, sondern vielmehr eine Auslotung der verschiedenen Subsidiärdiskurse, welche für die erhobene Datenbasis relevant sein können. Für die Werbebranche im deutschsprachigen Raum (Willems 2002, Wiesand 2006, Janich 2009b, Siegert/Brecheis 2010, Krämer 2014, Zurstiege 2015) sind dies – grundlegend bestimmend, im Spezifischen nicht zwingend abschließend – der wirtschaftliche und der kulturell-ästhetische Diskurs, welche in der Folge hinsichtlich ihrer spezifischen Ausformung in der Werbebranche dargestellt werden.

64 Meines Erachtens ist ein Teil ihrer Analysen – wie beispielsweise der Grundgedanke der oben angesprochenen Paradoxie des Neuen – nicht nur auf das komplexere Phänomen der Kreativität (bei Mahrenholz (2011: 29) „Paradox des Präzisen“ genannt), sondern auch auf die Prämisse des Neuen anwendbar, respektive verhandelt in ihrem Kern ebendiese.

65 Dieser ist kursorisch beispielsweise bei Ritter et al. (2017) zu finden.

4.5.1. Das werblich Neue als wirtschaftliches Gut

Obgleich es zu konstatieren gilt, dass Werbeagenturen ein eindeutig marktwirtschaftliches Produkt fabrizieren, das dem Diktat des Neuen unterworfen ist (Krämer 2015: 609f) und, wie Bhatia (2016: 159) herausarbeitet, „[o]ne of the most obvious professional genres in today’s world displaying creativity is the advertising genre [. . .]“, ist die Verortung des Neuen in wirtschaftswissenschaftlichen Diskursen keineswegs eindeutig. Eine greifbare Theorie des Neuen sucht man vergebens, da der Begriff des Neuen – meist im Verweis auf Schumpeter (2006) – grösstenteils vom Konzept der Innovation dominiert wird. Somit beschäftigt sich die überwiegende Mehrheit der wirtschaftstheoretischen Verortungen damit, „[. . .] wie man auf der Basis von neuem technologischem Wissen neue Produkte und Dienstleistungen in den Markt bringen kann.“ (Albers/Gassmann 2005: 3) Das Neue erscheint demnach als ein notwendiger, wenn auch nicht hinreichender Faktor von Innovation, wie die folgende Definition deutlich macht:

„Innovationen sind unstrittig qualitativ neuartige Produkte oder Prozesse, die sich gegenüber dem vorangehenden Zustand „merklich“ – wie immer das im Einzelnen zu bestimmen ist – unterscheiden. Diese Neuartigkeit muss wahrgenommen werden, muss bewusst werden. Die Neuartigkeit besteht darin, dass Zwecke und Mittel in einer bisher nicht bekannten Form verknüpft werden. Diese Verknüpfung hat sich auf dem Markt oder im innerbetrieblichen Einsatz zu bewähren. Das reine Hervorbringen der Idee genügt nicht, Verkauf oder Nutzung unterscheidet Innovation von Invention – jedenfalls in der Rückschau.“ (Hauschildt 2005: 25)

Auch wenn das obige Zitat primär auf die Theoretisierung der Innovation abzielt, lassen sich auf deren Basis dennoch dreierlei Merkmale des in wirtschaftlichen Kreisen als neu Geltenden festhalten:

Merkliche Neukombination. Erstens erscheint das Neue als Merkmal eines Produktes oder Prozesses, durch welches es oder er sich „merklich“ von vorangegangenen Entitäten abgrenzt. Ebendiese „merkliche“ Derivation wird in der Definition etwas später als Variation von Mitteln und Zwecken⁶⁶ präzisiert – man könnte hier also auch von einer

66 Die genaue Differenzierung von Mitteln und Zwecken ist für die wirtschaftliche Innovationstheorie eine höchst relevante, im Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie allerdings nicht in höherem Detaillierungsgrad notwendige. Eine systematische und zugänglich erklärte Übersicht bieten beispielsweise Herstatt/Lüthje (2005)

Rekombination im engeren Sinne sprechen. Die Definition lässt dabei offen, wie dieser Zustand zu fassen sei; eine praxeologische Lösung des Paradoxes des Präzisen (siehe Seite 93) wird nicht vorgelegt, deren Existenz allerdings implizit durch die Vertagung auf den konkreten Einzelfall auch nicht in Frage gestellt.

Wahrnehmbarkeit. Zweitens ist das Merkmal der Rekombination mit merklicher Derivation nicht ausreichend, um als neu (und daran anknüpfend respektive aufbauend innovativ) gelten zu können; die Neuartigkeit muss darüber hinaus bewusst (!) wahrgenommen werden, wobei unklar bleibt, welche Entscheidungsinstanz diesen Wahrnehmungsschritt vollzogen haben muss, um das Merkmal «neu» zuschreiben zu können.

Marktentscheid. Drittens unterliegt das Neue dem Primat der Nutzbarkeit⁶⁷; die merklich unterscheidbare Rekombination hat sich innerhalb einer Zielgruppe zu bewähren, um als Innovation zu gelten. Die Definition deutet zwar, mit dem Verweis auf den abzugrenzenden Begriff der Invention, an, dass Neues auch ohne Markterfolg entstehen könne – wertet die „reine“ Invention allerdings klar gegenüber der Innovation ab. Besonders hervorzuheben ist dabei die zusätzliche zeitliche Komponente, welche konzeptuell eingeräumt wird: Ein Markterfolg oder -fehlschlag ist erst rückschauend zuschreibbar, während das Neue, zumindest implizit auf Basis der obigen Definition, keiner zeitlichen Entfaltungs- oder Erfahrungsdimension unterlegen ist.

Für das Neue als wirtschaftliches Gut der Werbebranche hat dies eine Reihe von Implikationen. Vergegenwärtigt man sich, dass Werbeagenturen es sich als Dienstleister zu eigen gemacht haben, die Produktion des „[...] Neue[n] nicht als zufälligen Treffer, sondern als regelmäßige, wiederkehrende, und damit auch ökonomisch kalkulierbare Leistung [zu] adressieren“ (Krämer 2015: 609), setzt dies voraus, dass Werbeagenturen Mechanismen

67 Dies ist keineswegs auf die Marktlogik zu reduzieren; man kann hier auf die Debatte um den Wert von Kreativität hinweisen, welche insbesondere im philosophischen Diskurs unter einem ethischen Blickwinkel geführt wird (Gaut/Kieran 2018b: Part II). Anknüpfungspunkte lassen sich darüber hinaus auch in systemischen Modellen der Psychologie (Feldman et al. 1994a: 20) und der Soziologie (Reckwitz 2016: 259) finden.

und Prozesse etablieren, welche die externen Zuschreibungsattributionen intern voretablieren. So muss, wenn Werbeagenturen ökonomisch kalkuliert wiederkehrend Neues hervorbringen wollen, die merkliche Rekombination (insbesondere die Kategorie des Merklichen), die Wahrnehmbarkeit derselben und die Erfolgswahrscheinlichkeit auf dem Markt der Aufmerksamkeit (Zurstiege 2015: 20) agenturintern eine Repräsentation finden. Ferner sind alle drei Merkmale des wirtschaftlich Neuen sinnstiftend für die Werbebranche an sich; auf Basis von bestehendem Material Neues zu erschaffen und dieses in einen erfolgreichen Wahrnehmungsprozess bei der relevanten Zielgruppe zu überführen, gehört seit jeher zu den Kernaufgaben jeder Werbeagentur (vgl. beispielsweise Lamberty 2015).

Krämer (2014: 95f) verweist mit dem Begriff der Marke auf eine weitere wirtschaftliche Dimension, welche das Neue innerhalb der Werbebranche massgeblich mitbedingt. Wirtschaftstheoretisch betrachtet, ist Werbung überwiegend in einem spezifischen und zielgerichteten Markenkommunikationszusammenhang zu verstehen (Janich 2009a: 9–11), wodurch sie zwar einerseits selbst- und fremderklärt Varietät herstellt, andererseits aber einen Wiedererkennungsrahmen schaffen muss, der das Neue an Bekanntes anschlussfähig macht. Die **Wiedererkennbarkeit** mit gleichzeitiger aufmerksamkeitsgenerierender Variation spiegelt die eingangs des Kapitels (siehe Seite 93) beschriebene Paradoxie des Neuen nicht nur wider, sondern überführt sie auch in ein alltägliches praxeologisches Problem, das in Werbeagenturen verhandelt werden muss.

4.5.2. Das werblich Neue als ästhetisches Gut

„Dann ein guter Maler ist inwendig voller Figur und obs möglich war, daß er ewiglich lebte, so hätt er aus den inneren Ideen, davon Plato schreibt, allweg etwas Neus durch die Werk auszugiesen.“

(Dürer 1910: 308)

Auch wenn die ideengeschichtliche Verortung des Begriffes des *Neuen* innerhalb der Ästhetik und der Kunst kaum von der Hand zu weisen ist und nicht erst in der modernen Ästhetik (Strube/Burke 1980, Scheible 2012), sondern spätestens seit der Renaissance im europäischen Kulturraum sowohl von ästhetische Produkte Hervorbringenden als auch sie Kommentierenden (für den westlichen Kulturraum bspw. Kant 2014a) gefordert wird (exemplarisch sei hier auf die oben partiell abgedruckte Formulierung Albrecht Dürers zur

der Kernaufgabe der Malerei verwiesen), bedarf die Verortung der Werbebranche im ästhetischen Subdiskurs einer kurzen Herleitung.

Werbung ver- und durchformt den öffentlichen Wahrnehmungsbereich durch Textelemente, statische und bewegte Bildelemente (siehe auch Bhatia 2016: 161), hält in Form von «sponsored» Posts teils mehr oder weniger bemerkt Einzug in soziale Netzwerke (Boerman et al. 2017) oder verändert als Ambient Advertising (Partridge/Begole 2011) gar den öffentlichen Interaktionsraum. Ob den verschiedenen Werbeformen und -mitteln im Konkreten das Prädikat der Ästhetik verliehen werden sollte oder prinzipiell zugerechnet werden kann (Allen/Knepel 2018), ist hinsichtlich des Erkenntnisinteresses der vorliegenden Arbeit nicht zwingend relevant; dass die Kategorie der Ästhetik und Gestaltung in der die Werbeformen und -mittel hervorbringenden Produktionslogik eine zentrale Rolle spielt (vgl. Schierl 2002b: 470–473, Koppetsch 2006a: 126–135, Krämer 2014: 227–253), ist allerdings erwähnenswert. Einen ersten Anhaltspunkt bietet dafür das branchenintern weltweit bekannte, jährlich stattfindende Cannes Lions International Festival of Creativity, eine Veranstaltung von Werbeschaffenden für Wehrbeschaffende, an der eine Jury die besten Werbungen des Jahres mit Löwen – verschiedentlich als Oscar der Werbebranche und „Bewährungsprobe“ (Boltanski et al. 2018: 72) betitelt – auszeichnet (Cannes Lions International Festival of Creativity 2019). Interessant ist die Veranstaltung deshalb, weil sie Nominationskategorien auffächert und die eingereichten Werbungen entlang (selbstgewählter) Kriterien bewertet – welche im Umkehrschluss Einblicke in die Selbstwahrnehmung der die Werbebranche dominierenden beruflichen Normvorstellungen (Koppetsch 2006a: 152–155) gewähren können. Hinsichtlich der Kategorie des Neuen sind hier zwei wesentliche Punkte hervorzuheben:

1. Eine Sichtung der Websitetexte zu den verschiedenen Awards der Cannes Lions zeigt deutlich, dass der Ästhetik ein grosser Einfluss auf die Bewertung und Auszeichnung der Einreichungen zugeschrieben wird. So wird die Kategorie «craft» beispielsweise folgendermassen definiert: „Focusing on the artistry, skill, talent and flair required to deliver *beautifully* executed ideas with the power to cut through and bring the creative idea to life.“ (Cannes Lions International Festival of Creativity 2019, Hervorhebung nicht im Original).
2. Die daraus resultierende Selbsteinordnung der werblichen Hervorbringungen als ästhetische Güter impliziert, folgt man der eingangs

des Kapitels ausgearbeiteten Schwierigkeit, Neues von Bestehendem abzugrenzen, sowohl für Werbeschaffende als auch für Auftraggebende werblicher Produkte die Relevanz einer ästhetischen oder gar kunstlogischen (Caves 2000) Dimension.

Diese Beobachtung deckt sich mit einer Reihe wissenschaftlicher Befunde. So wurde darauf verwiesen, dass die dominierenden Elemente von Stellenanzeigen für Werber_innen „Kreativität, Idealismus und Gestaltung“ (Hölscher 2002: 508) darstellen, wodurch das Bild „vom Werber als einem ‚kreativen Lebenskünstler‘“ (ebd.: 509) erschaffen wurde; es wurde die Einbindung künstlerischer Praktiken in die Arbeitsrealität kreativ Arbeitender betont (Loacker 2014) und herausgearbeitet, dass die strukturelle Nähe zwischen Werber_innen und Künstler_innen sich über die Selbstdarstellung (Koppetsch 2006b) hinaus auch in den berufsbegleitenden Arbeitsumständen widerspiegelt (Krämer 2014: 42–47).

Vereinfacht formuliert, bedeutet Neues zu erschaffen in der Werbebranche demnach also nicht nur, den technischen und wirtschaftslogischen Innovationsanforderungen zu genügen, sondern darüber hinaus auch, sich selbst in einen ästhetischen Kontext zu stellen, der differenzierend und mitbestimmend wirkt.

5. Arbeitsheuristische Definition von Kreativität

Der vorangehende Überblick hat deutlich gezeigt, dass das Forschungsfeld um das Phänomen der Kreativität fragmentiert ist und die den unterschiedlichen Forschungsansätzen zugrundeliegenden Definitionen sich nicht auf einen interdisziplinär etablierten Konsens⁶⁸ stützen. Da innerhalb der verschiedenen Fachbereiche keine interaktionslinguistische (oder unmittelbar interaktionslinguistisch anknüpfbare) Definition von Kreativität eruiert werden konnte, wird im Folgenden mittels eines synthetischen Verfahrens eine interaktionslinguistisch anknüpfbare Arbeitsheuristik unter Einbezug des aus dem Überblick gewonnenen Argumentariums hergeleitet. Dabei werden die einzelnen Bestandteile, welche innerhalb der einzelnen Fachbereiche eruiert wurden, auf einen kleinsten gemeinsamen Nenner reduziert, um eine möglichst breite und offene Definitionsgrundlage zu erarbeiten. Die Definitionsbestandteile werden jeweils isoliert hergeleitet (Kapitel 5.1–5.5) und sukzessive in eine Definition (siehe Kapitel 5.6) überführt.

5.1. Kreativität ist neu

„Today, creativity generally refers to the phenomenon of bringing forth something new in virtually any realm of human endeavor.“

(Weiner 2000: 99)

Der Hinweis Weiners, Kreativität involviere heutzutage generell die Hervorbringung von etwas Neuem, kann durch den im vorangegangenen Kapitel angestrebten Überblick eindeutig bestätigt werden: Wenn es in der aktuellen wissenschaftlichen Kreativitätsdebatte einen kleinsten gemeinsamen Nenner

68 „*In sum*, the phenomenon of creativity, richly considered, involves many nuances and interpretations;[. . .], conclusions may depend strongly on how terms are defined; a conclusion that appears true by one definition of creativity may simply not apply when another is used.“ (Kozbelt et al. 2010: 23)

geben sollte, dann ist es derjenige um die Kategorie des Neuen. Gleichzeitig wurde bereits darauf hingewiesen, dass mit diesem interdisziplinären Minimalkonsens mitnichten eine Einigung einhergeht, wie das Axiom des Neuen abgegrenzt und definiert werden sollte (vgl. Kapitel 4.5). Auch wenn herausgearbeitet wurde, dass das Neue vor dem Hintergrund des interdisziplinären Überblicks als Prämisse und notwendige Bedingung von Kreativität verstanden werden kann und sich die zwischen Alt und Neu differenzierende Grenze (Mahrenholz 2011: 28–31) in der Werbebranche in einem technologischen und ästhetischen Kontext zu bewegen scheint (vgl. Kapitel 4.5.1 und 4.5.2), wäre eine darauf basierende kategorielle Grenzziehung im Zuge einer definitorischen Setzung mit einer Vielzahl an Vorannahmen und Werturteilen verbunden, welche den Anspruch an die Offenheit (vgl. Kapitel 2.2 und 4) des *Definiens* nicht einlösen würde.

An dieser Stelle wird der methodologische Mehrwert der interaktionsanalytischen Perspektive (siehe Kapitel 2) evident: Wenn ausschliesslich der Minimalkonsens der wissenschaftlichen Perspektiven des axiomatischen Charakters des Neuen für die Kreativität gesetzt wird, kann (unter anderem auf Basis von ethnografischen Studien, vgl. Krämer 2014: 381) davon ausgegangen werden, dass die Differenzierung zwischen Neu und Alt nicht nur für Kreativitätsforscher_innen einen kritischen Aushandlungsprozess um die kategoriellen Grenzen involviert, sondern dass diese Verhandlung auch innerhalb des Arbeitsalltags der Kreativwirtschaft geführt wird. Wenn die Konkretisierung der Grenzziehung des Neuen als Teil der Ordnung des sozialen (Arbeits-)Alltags der Kreativschaffenden verstanden wird, impliziert dies, dass die Aushandlung des Neuen auch Teil ebenjenes „looking-and-telling“ (Garfinkel 1967: 1) ist, durch welches die Interaktionsbeteiligten die Vollzugswirklichkeit (*accomplishment*) herstellen und diese *accountable* gestalten. In dieser „open-ended reference to a specific kind of sense-making procedure“ (frei nach Heritage 1984: 5) wird diese spezifische Vollzugspraktiken der sozialen Ordnung partiell zugänglich (Garfinkel 1967: 1) – und kann analytisch beschrieben werden.⁶⁹

Der Grundstein der Arbeitsheuristik kann daher folgendermassen formuliert werden:

➤ ***Kreativität* wird als Aushandlung über die notwendige Bedingung des Neuen verstanden.**

⁶⁹ Dies gilt, auf Basis der Datengrundlage und der damit einhergehenden Limitierungen, ausschliesslich für interaktive Sequenzen (vgl. Kapitel 3).

5.2. Kreativität ist zeitgebunden

Eine marginal erscheinende, jedoch sowohl methodologisch als auch im Kontext des interdisziplinären Überblicks höchst relevante Ergänzung der Definition betrifft die zeitliche Komponente der Kreativität (vgl. Weiner 2000, Reckwitz 2016: 252 f.). Auch wenn die vorangegangene Setzung des Neuen durch den Verweis auf die interaktive Aushandlung der Kreativitätsprämisse einer definitorischen Setzung der Grenze zwischen Alt und Neu vorannahmenreduziert auf die Datengrundlage externalisiert werden konnte, so sind diese Aushandlungen doch immer nur ein zeit- und kontextgebundenes Dokument und Abbild einer spezifischen Situation. Dies impliziert, dass die Aushandlung über die notwendige Bedingung des Neuen, die auf Basis der Definition aufgefunden werden kann, jeweils den Standpunkt einer Aushandlung zum Zeitpunkt der Aufnahme der Daten widerspiegelt – und durch deren zeitliche Gebundenheit keinen prospektiv-generalisierenden Anspruch erheben kann.

Sofern die angestrebte Kreativitätsdefinition interaktionsanalytisch anknüpfbar sein soll, muss sie demnach nicht nur aus theoretischen Überlegungen zur Kreativität, sondern auch hinsichtlich der ihr zugrundeliegenden methodischen Perspektive im Sinne einer Anschlussfähigkeit an ein sequenziell-organisiertes Analysewerkzeug, welches den Vollzug der sozialen Ordnung in ihrer Vollzugswirklichkeit nachzeichnen will, eine zeitliche Komponente beinhalten. Ergänzt man die Definition dementsprechend, so gestaltet sie sich folgendermassen:

- ***Kreativität wird als Aushandlung über die notwendige Bedingung des Neuen zu einem gegebenen Zeitpunkt verstanden.***

5.3. Kreativität ist ein Prozess

Was Kreativität ist, hängt, wie dem vorangehenden Überblick zu entnehmen ist (siehe Kapitel 4), stark davon ab, worauf sie bezogen wird respektive welche Entität überhaupt als kreativ bezeichnet wird. Wollte man das Möglichkeitsspektrum pointiert zusammenfassen, so könnte man formulieren, dass

sich Kreativität als Attribut grundsätzlich auf drei verschiedene Kategorien beziehen lässt: Prozesse, Produkte oder Personen. In der vorliegenden Dissertationsschrift wird Kreativität auf Basis der folgenden drei Argumente als Prozess verstanden:

1. Will man Kreativität einem Produkt oder einem Gegenstand zuschreiben, bedarf es einer bereits bestehenden Vorstellung davon, was als kreativ gelten kann – und was nicht. Ebenjene Grenzziehung, Rahmensetzung und Kontextualisierung (siehe 4.5 und 5.1) durch eine externe Person, die sich nicht im Feld (vgl. Abb. 11, S. 13) der untersuchten Praxis befindet, wurde im vorangegangenen Überblick an verschiedenen Stellen bereits als kritisch betrachtet (z.B. Kapitel 4.1.1). Von einer solchen Setzung distanziert sich die angestrebte Arbeitsheuristik nicht zuletzt vor dem Hintergrund des methodischen Anspruches (vgl. Kapitel 2.2) explizit.
2. Die vorliegende Studie arbeitet mit natürlichen Interaktionsdaten (vgl. Fussnote 9, Seite 29). In Verbindung mit dem verfolgten methodischen Ansatz besteht eine grundsätzliche Stärke des Datenmaterials (siehe Kapitel 3) darin, dass es nicht mit dem Ziel erhoben wurde, vorab festgelegte Faktoren zu falsifizieren oder zu bestätigen. Dadurch eröffnet sich die Möglichkeit, interaktive Ordnungsstrukturen, die unabhängig von der Erhebung stattgefunden hätten, rekonstruktiv in ihrem sequenziellen Vollzug herauszuarbeiten. Die vordergründige Limitierung des Datenmaterials (vgl. Kapitel 3) erweist sich aus einer Prozessperspektive auf Kreativität als Chance, einen systematischen Einblick in die *Hervorbringung* (siehe Kapitel 5.4) von Kreativität zu gewinnen.
3. Wie Mahrenholz (2011) in ihrer Analyse minutiös herausgearbeitet hat, können die drei verschiedenen Kategorien als unterschiedliche Perspektiven auf den dahinterstehenden Prozess verstanden werden:

„Die Bezeichnung von Dingen als ‚kreativ‘ steht auch im alltäglichen Sprachgebrauch elliptisch für die Leistung des sie-Hervorbringens. Nicht Gegenstände wie Theorien oder Kunstwerke sind kreativ, sondern sie sind Ergebnisse eines als kreativ qualifizierten Aktes. [. . .] Einen Menschen ‚kreativ‘ oder einen ‚kreativen Kopf‘ zu nennen, steht für: ‚lässt diverse kreative Leistungen erwarten‘ oder ‚hat die Disposition zu kreativen Leistungen‘, oder, will man keine Dispositionen annehmen, ‚hat kreative Leistungen hervorgebracht‘. Dies gilt unabhängig davon, was man unter ‚kreativ‘ versteht.“ (ebd.: 22)

Lehnt man sich an diese Argumentation an, so präsentiert sich ein Prozessverständnis von Kreativität als dasjenige mit den geringsten Vorannahmen.

Auf Basis dieser Überlegungen gestaltet sich die adaptierte Definitionsgrundlage folgendermassen:

- ***Kreativität wird als Aushandlungsprozess über die notwendige Bedingung des Neuen zu einem gegebenen Zeitpunkt verstanden.***

5.4. Kreativität ist wertend

Ein zentrales Fazit des interdisziplinären Überblickes bestand darin, dass Kreativität (ungeachtet der definitorischen Perspektive) einen Evaluationsprozess voraussetzt (siehe Seite 86, aber auch Kapitel 4.4), der eine Bewertungsinstanz bedingt, welche etwas als kreativ bezeichnet. Damit diesem Umstand auch in der Arbeitsheuristik Rechenschaft getragen werden kann, ist einerseits zu klären, wie sich das zu Bewertende, ohne es schon vorab definitorisch einzuschränken, in die Definition inkludieren lässt – und welche Instanz als (be-)wertende eingestuft werden kann.

Das Objekt der Wertung wird als *Hervorbringung* gefasst, ein Begriff, der in der modernen Soziologie immer wieder auftaucht (siehe bspw. Reckwitz 2017) und durch seine terminologische Breite besticht. Unter dem Begriff der *Hervorbringung* können neben materiellen Entitäten wie Produkten und Gegenständen auch soziale, kulturelle oder organisationale Gebilde wie Gedanken, Prozesse oder Ideen erfasst werden. Ebendiese terminologische Flexibilität des Begriffes ermöglicht es, dem ersten Teil der evaluativen Bedingung von Kreativität Rechenschaft zu tragen und dabei die Arbeitsheuristik nicht schon vor der Gegenspiegelung mit den Daten einzugrenzen, sondern einen möglichst weitgefassten Suchradius zu etablieren.

Neben dem Objekt der Wertung stellt sich die Frage, wie die Instanz, welche die Wertung vornimmt, in die Definition eingebunden werden kann. Dazu wird im Rückgriff auf die breite linguistische Literatur zur interaktionalen Herstellung von Bewertungshandlungen im Gespräch (Auer/Uhmann 1980, Hartung 2000, Lindström/Mondada 2009, Habscheid 2015, Dalmas et al. 2015, Hrncał/Gerwinski 2015, Lefèvre 2015, Paßmann 2015, Brünnert/Pick 2020), unter Einbezug ethnografischer Studien

zur Organisationsstruktur von Werbeagenturen (Krämer 2014, 2015, 2017) sowie in Referenz auf soziologische Grundsatztheorien zur Kreativarbeit der Moderne (Florida 2002, Reckwitz 2014, 2016) die explizite Setzung einer Wertungsentität durch den Verweis auf das Resultat der (Be-)Wertungshandlung umgangen: Für Werbeagenturen ist es unumgänglich, die verschiedenen Hervorbringungen der Kund_innen, Mitarbeiter_innen und der Beratung mit den unterschiedlichen technologischen, ästhetischen und organisationalen Ansprüchen und Begrenzungen in Einklang zu bringen – und diese systematisch und regelmässig in einen Konsens zu überführen. Dieses organisationale Grundkonstrukt (Krämer 2014: 160–168) macht sich die vorliegende Studie zu Nutze und umgeht eine definitorische Fixierung der Bewertungsinstanz dadurch, dass sie die Etablierung eines Konsenses in den Fokus nimmt. Dadurch werden diejenigen Bewertungsinstanzen analytisch relevant gesetzt, welche in den Interaktionen selbst als relevant markiert werden:

- ***Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendige Bedingung der Neuheit einer Hervorbringung verstanden.***

5.5. Kreativität ist interaktiv

Auch wenn die bisherige Definition die als substantiell eruierten Bestandteile aus dem interdisziplinären Überblick bereits beinhaltet, fehlt ihr noch eine wesentliche Präzisierung: Der Fokus auf Interaktivität. Wie im Zuge der Darstellung der Datengrundlage (siehe Kapitel 3) und der Diskussion ihrer Limitierung (siehe Kapitel 3) bereits festgehalten wurde, ist es im Rahmen der vorliegenden Studie nicht möglich, Angaben über den vielfältigen Einsatz zusätzlicher Kommunikationswege wie Computer, Smartphones oder anderer schriftlicher Kommunikationsformen zu machen. Der damit einhergehende Fokus auf Interaktionen (in denen selbstverständlich auch an Ressourcen angeschlossen werden kann, vgl. Hausendorf 2012: 141) muss demnach in der Definition auch entsprechend abgebildet werden.

Die Definition nimmt dabei zwei zentrale theoretische Grundannahmen der multimodalen Interaktionsanalyse (siehe Kapitel 2) in das Definieren mit auf:

1. Die ethnomethodologische Perspektive auf „practical actions as contingent ongoing accomplishments of organized artful practices of everyday life [. . .]“ (Garfinkel 1967: 11) wird explizit in die Definition integriert. Dadurch wird eine Einengung der Arbeitsheuristik auf rein lexikalische, metaphorische oder andere auf die verbale Ebene verweisende (siehe Kapitel 4.4.1) Kreativitätsmarker⁷⁰ verhindert – und gleichzeitig eine nicht nur interaktionslinguistisch anknüpfbare Definitionsgrundlage etabliert, sondern ausdrücklich eine interaktionslinguistische.
2. Des Weiteren wird Interaktion auf Basis der dieser Studie zugrundeliegenden Analysemethode als ein multimodales Konstrukt verstanden. Somit muss die Arbeitsheuristik es leisten, sie auch als solches zu identifizieren. Daher erscheint in der definitorischen Setzung ein konkreter Hinweis auf den Rückgriff auf multimodale Ressourcen und „[. . .] das Zusammenspiel aller den Interaktionsbeteiligten zur Verfügung stehenden Ausdrucksmittel und Ausdrucksebenen [. . .]“ (Schmitt 2006: 21)

Die dementsprechend adaptierte arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition präsentiert sich wie folgt:

- ***Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendige Bedingung der Neuheit einer Hervorbringung verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich hergestellt wird.***

70 Die ihrerseits, wie an anderer Stelle nachgezeichnet wurde (siehe Kapitel 4.4.1), bereits auf einer Grenzziehung zwischen kreativ/nicht kreativ basiert, die durch zu treffende Vorannahmen begründet wird. Diese Setzung lässt sich zwar forschungsperspektivisch motivieren, nähme dadurch aber eben nicht die Perspektive der Interaktionsteilnehmer_innen ein und würde somit einen analytischen Blick auf die pragmatischen Mittel und Ressourcen der Interaktion einschränken, welche relevant gesetzt werden, um die Devianz zwischen Kreativem/nicht Kreativem zu markieren.

5.6. Eine interaktionslinguistische Kreativitätsdefinition

Zu Beginn des interdisziplinären Überblicks wurden eine Reihe von Anforderungen an den Überblick selbst und die daraus resultierende Arbeitsheuristik formuliert (siehe Kapitel 4), die im Wesentlichen die folgenden Punkte umfassten: Die Arbeitsheuristik sollte ein Abbild der interdisziplinären Recherche im Sinne eines interaktionsanalytisch anschlussfähigen kleinsten gemeinsamen Nenners widerspiegeln – und so formuliert sein, dass sie auf Irritationen der Analyseresultate (vgl. Schmidt 2012) eingehen und dementsprechend im Zuge der Analyse adaptiert werden kann. Die nachfolgende Formulierung der arbeitsheuristischen Kreativitätsdefinition wurde auf Basis dieser Ansprüche in den vorangegangenen Kapiteln schrittweise hergeleitet (siehe Kapitel 5.1–5.5) und präsentiert sich folgendermassen:

Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendige Bedingung der *Neuheit* einer Hervorbringung verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich hergestellt wird.

6. Analyse

Der analytische Teil der vorliegenden Dissertation knüpft direkt an die im interdisziplinär ausgerichteten theoretischen Überblick (siehe Kapitel 4) erarbeitete Arbeitsheuristik (siehe Kapitel 5) an und folgt einem konversationsanalytisch inspirierten methodologischen Paradigma der Dreischrittigkeit (Hausendorf/Quasthoff 2005: 116):

In einem ersten Schritt wird, ausgehend von der theoriebasierten Kreativitätsdefinition, der gesamte Korpus (siehe Kapitel 3) gesichtet und auf Sequenzen hin durchsucht, in welchen auf der audio-visuellen Ebene Aktivitäten (Krug 2022: 29–34) erkennbar sind, die sich auf Basis der arbeitsheuristischen Kreativitätsdefinition (siehe Kapitel 5.6) als *creative* im weitgefassten Sinne kategorisieren lassen. Vorgängig werden dabei zwar diejenigen Sequenzen selektiert, welche im Fokus der Fragestellung der vorliegenden Studie stehen – die eigentliche Analyse sowie die Ermittlung von Regelmäßigkeiten erfolgen jedoch ergebnisoffen und, einen „Logozentrismus“ (Gülich/Mondada 2008: 115) vermeidend, *multimodal* (siehe Kapitel 2). Um eine möglichst umfangreiche und anknüpfungsfähige analytische Basis sicherzustellen, werden in diesem Schritt sämtliche Sequenzen, welche auf Basis der theoriebasierten Kreativitätsdefinition als lose mit einer kreativen Aushandlung verbunden eruiert werden können, in voller Länge⁷¹ nach einem auf dem Transkriptionssystem GAT 2 (Selting et al. 2009) basierenden Modus transkribiert. Dabei werden non-verbale Modalitäten (Mondada 2018) als mit der verbalen Ebene gleichrangig betrachtet und fließen entsprechend in die Datenaufbereitung ein.

71 Im Zuge der Transkription der ermittelten Sequenzen musste ein Entscheid hinsichtlich der Granularität der (interaktions-)analytischen Aufbereitung der Datengrundlage gefällt werden. Einerseits muss der Multimodalität als Wesenseigenschaft von face-to-face-Kommunikation (Stukenbrock 2009: 151) und der damit einhergehenden engen Verzahnung verschiedener Modalitätsebenen analytisch Rechnung getragen werden, aber gleichzeitig sollten trotz der Komplexität der Darstellung eine gute Lesbarkeit und Zugänglichkeit zu den Transkripten und den nachfolgend präsentierten analytischen Befunden sichergestellt sein. Daher sind in der Darstellung der Analysebefunde jeweils konkrete Foki gesetzt worden, um auf bestimmte Aspekte hinweisen zu können.

In einem zweiten Schritt werden die daraus resultierenden extensiven Transkripte auf die ihnen zugrundeliegende interaktive Struktur hin überprüft, wobei die sequenzielle Ordnung der verschiedenen Modalitätsebenen besondere Berücksichtigung findet. In diesem Stadium handelt es sich um eine rein formal orientierte Beobachtungsanalyse, in welcher die Frage ihres interaktiven Vollzugs im Zentrum steht.

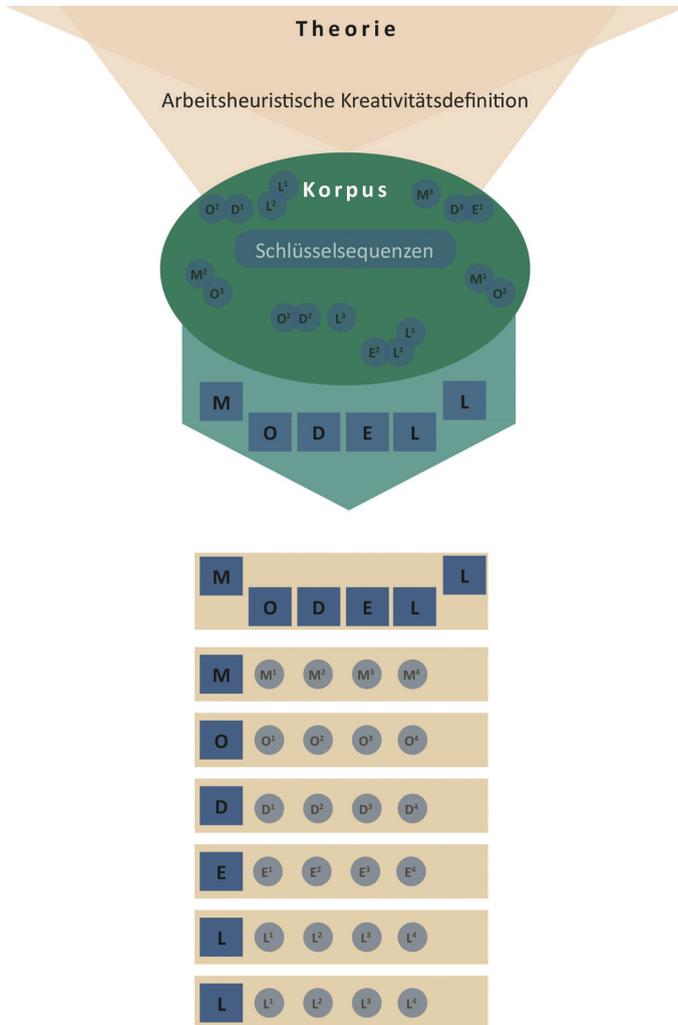


Abb. 13: Analytisches Vorgehen und Organisation der Analyse

Die darauffolgende Forschungsphase – der dritte Schritt – besteht in der abstrahierenden Modellierung der in der Beobachtungsanalyse eruierten einzelnen Gesprächselemente, mittels welcher im Zuge eines heuristisch-zirkulären Vorgehens die Befunde sukzessive an die Datengrundlage zurückgespiegelt und reziprok daran angepasst werden. Dabei werden die im ersten Schritt eruierten Sequenzen um weitere Datenpunkte mit Strukturen erweitert, welche den beobachteten Regularitäten ähnlich sind. Auf diese Weise wird eine Kollektion gebildet, die ihren Ausgangspunkt in der theoretischen Grundlage hatte, aufgrund der Beobachtungen am Datenmaterial selbst allerdings durch die darin eruierten Befunde ausgeweitet wurde.

An dieser Stelle seien drei methodologische Bemerkungen angefügt:

- 1) Es ist zu berücksichtigen, dass die Beschreibung und Modellierung der interaktiven Strukturen zwar aus dem Datenmaterial selbst heraus erfolgt, die untersuchten Sequenzen allerdings strukturell sowie organisational in ein Gefüge eingebunden sind, das durch mehrere Ebenen in bereits etablierte strukturelle, prozessuale und (arbeits-) organisatorische Praktiken eingebunden und damit durch formalisierte Abläufe kontextualisiert wird (vgl. Krämer 2014). Die ethnomethodologische Ausrichtung der vorliegenden Studie ermöglicht es, diese organisationalen Abläufe dergestalt in die Analyse miteinzubinden, dass diese sich – sofern sie innerhalb der untersuchten Sequenzen eine Rolle spielen – als *accomplishments* (siehe Kapitel 2.1) verstehen lassen, welche von den Interaktionsteilnehmenden im konkreten Vollzug stets aufs Neue erzeugt und aufrecht erhalten werden. Daher blendet die vorliegende Untersuchung die grösseren Einheiten, in welche die mikroanalytisch untersuchten Sequenzen eingebettet sind, nicht aus, sondern setzt sie insofern relevant, als sie immer dann berücksichtigt werden, wenn die Interaktionsteilnehmenden selbst darauf Bezug nehmen.
- 2) Die grundsätzliche methodologische Herausforderung, mit welcher qualitativ-orientierte Forschung bei der Bearbeitung umfangreichen Datenmaterials konfrontiert wird, ist die Abwägung zwischen transparenter und umfänglicher Darstellung einerseits und der argumentativen Fokussierung auf das im Erkenntnisinteresse liegende Zentrum der Fragestellung (Kapitel 1.1) sowie der damit einhergehenden Beschränkung der Sichtbarmachung weiterer Phänomene andererseits. In der vorliegenden Studie soll eine Mischung aus mikroanalytischer Nachzeichnung einzelner Befunde, dem mesostrukturellen

und komparativen Nachvollzug der einzelnen Modellteile sowie der minutiösen Darstellung einer als exemplarische Illustration herbeigezogenen Interaktionssequenz (Kapitel 6.2) genutzt werden, um die beiden Polaritäten der Darstellung kohärent auszutarieren (siehe Abb. 13: Analytisches Vorgehen und Organisation der Analyse).

- 3) Aufgrund der grossen Datenmenge wird der Aspekt der *Multimodalität* zur methodologischen Herausforderung. So muss die Darstellung der analytischen Resultate einerseits dem Umstand gerecht werden, dass verschiedene Modalitätsebenen ineinandergreifen, sich gegenseitig bedingen, sequenziell miteinander verschränkt sind und partiell simultan auftreten, kann und muss aber andererseits nicht in jeder Sequenz alle analytisch zugänglichen Modalitäten gleichermassen in der Darstellung berücksichtigen, da nicht primär einzelne rekurrende Phänomene auf mikroanalytischer Ebene im Vordergrund stehen. Wie Norris (2004: 2 f.) festhält, liefe ein solcher Anspruch nicht nur aufgrund des Umfangs, sondern auch hinsichtlich der unterschiedlichen Strukturierung der verschiedenen Modalitätsebenen Gefahr, zu weit gefasst zu sein:

„One challenge for the analysis of multimodal interaction is that the different communicative modes of language, gesture, gaze, and material objects are structured in significantly different ways. While spoken language is sequentially structured, gesture is globally synthetically structured, which means that we cannot simply add one gesture to another gesture to make a more complex one. [. . .] Gaze, however, may be sequentially structured, and during conversation it often is. But, during other interactions, gaze can be quite random. [. . .] There are other communicative modes, which are structured even more differently.“

Die nachfolgende Analyse wird demnach einen transparenten, aber auch selektiven Darstellungsweg⁷² vollziehen, dessen Selektionsgrundlage allerdings nicht ausschliesslich vom übergeordneten Forschungsinteresse abgeleitet wird, sondern sich auf die Daten und somit auf den zentralen Grundsatz der Interaktionsanalyse stützt, diejenigen Modalitäten und Details in den Vordergrund zu stellen, die von den Interaktionsteilnehmer_innen selbst als relevant markiert werden (vgl. Kapitel 2, aber auch Norris 2016).

72 Bereits die Transkription als solche stellt eine transformative Selektion dar, siehe beispielsweise Dresing/Pehl 2010.

Im Zuge der Analyse wird auf eine Reihe (interaktions-)linguistischer und soziologischer Terminologien referenziert, welche aufgrund ihrer unterschiedlichen Definitionen in der Forschungsliteratur für ihre Verwendungsweise in der vorliegenden Studie geklärt werden müssen.

1. Bewerten

Mit dem Begriff des Bewertens werden in der vorliegenden Studie grundsätzlich Sequenzen bezeichnet, „where participants negotiate and display to each other a congruent view of the events that they encounter in their phenomenal world“ (Goodwin/Harness Goodwin 1997: 182). Diese breitgefaste Perspektive wird dergestalt eingeschränkt, dass als zusätzliches Merkmal von Bewertungsvorgängen die Prämisse angenommen wird, dass im Zuge des zitierten *displays* „[. . .] einem Objekt [ein] Wert auf der kontinuierlichen Skala zwischen den Polen negativ und positiv“ (Hartung 2000: 120) zugeordnet wird. Diese Pole sind nicht als allgemeingültige Wertmassstäbe zu betrachten, sondern erscheinen als kontextabhängige (Goodwin/Harness Goodwin 1997, Luginbühl et al. 2021: 183), situierte (Garfinkel 1967: 1) Grössen, die interaktiv konstituiert und zugeschnitten (Sacks et al. 1974: 727) sind. Bewerten wird in der vorliegenden Studie nicht als rein verbales Phänomen verstanden (Sager 1982), sondern als dezidiert interaktive (Lindström/Mondada 2009), multimodal hervorgebrachte Aktivität (Goodwin 2017: 144, 149–150), wodurch beispielsweise auch Gesten in den Fokus der Analyse geraten. In diesem Verständnis von Bewertung werden verschiedene Einflussgrössen relevant gesetzt, welche neben dem Ist-Zustand, der durch die Bewertung eines Objekts durch ein Subjekt beschrieben wird (und in der Folge Wertprädikation genannt wird) auch den Bewertungsaspekt (Auf Basis welcher Eigenschaften wird die Bewertung vollzogen?) und den Sollwert (die kommunizierte Erwartungsgrösse der bewertenden Instanz bezüglich des Objekts der Bewertung) umfassen (vgl. Hartung 2000, sowie Hrnca 2020: 7–49).

2. Hervorbringung

Das Objekt der nachfolgenden Aus- und Verhandlungssequenzen wird, sofern durch die Interaktionsteilnehmenden nicht anderweitig expliziert, als *Hervorbringung* gefasst. Dieser Begriff, der in der modernen Soziologie immer wieder auftaucht (siehe bspw. Reckwitz 2017), besticht dabei durch seine terminologische Breite und Vielfältigkeit; nebst materiellen Entitäten

wie Produkten und Gegenständen können durch ihn auch soziale, kulturelle oder organisationale Gebilde wie Gedanken, Prozesse oder Ideen erfasst werden. Durch die Verwendung des Begriffes wird eine kategorielle Zuordnung der Hervorbringungen der Interaktionsteilnehmenden (beispielsweise als Poster, Film, Idee oder Ähnliches) vermieden, da diese Kategorien im untersuchten Feld bereits Zuschreibungsprozesse umfassen, die interaktionskonstitutiv sind (vgl. Kapitel 6.4.3.1).

3. Mentale Ressource

In der vorliegenden Studie wird in den Analysen häufiger von der *Etablierung mentaler Ressourcen* die Rede sein. Mit dem Begriff *mentale Ressource* wird das vorab definierte Konzept der Ressource⁷³ (Deppermann/Schmitt 2007: 25, Hausendorf 2012: 141, Hausendorf et al. 2012b: 14, 2012b: 14–16) um den Aspekt der interaktionalen Errungenschaft erweitert; wie in den Analysen gezeigt werden wird, sind die Interaktionsteilnehmenden regelmäßig mit dem interaktiven Problem konfrontiert, Hervorbringungen sicht- und verfügbar zu machen, welche noch nicht in materialisierter oder visualisierter Form vorliegen. Im Zuge dieser multimodal konstituierten Veranschaulichungsverfahren (Birkner/Ehmer 2013) etablieren sie im Rückgriff auf Bordmittel der Interaktion und Ressourcen Szenarien⁷⁴ (Brünner/Gülich 2002: 36, Ehmer 2013: 5), welche ihrerseits die Basis für weitere interaktive Aus- und Verhandlungen der Hervorbringung darstellen. Die interaktive Veranschaulichung der Szenarien umfasst dabei eine Reihe von aufwändig konstituierten Elementen, die von Perspektivwechseln (Stukenbrock 2015: 469) über die Verfügbarmachung imaginierter Raumstrukturen (Ehmer 2011: 77, Stukenbrock 2012a) und die Animation der unterschiedlichen Figuren des Szenarios (beispielsweise durch animierte Redesituationen⁷⁵) bis hin zum Aufzeigen des technisch-artifiziellen Aspekts der

73 Siehe hierzu Kapitel 2.1.

74 Szenarios werden verstanden als dezidiert multimodale „[...] Entwürfe einer vorgestellten, kontrafaktischen Situation“ (Brünner/Gülich 2002: 36)

75 „Animierte Rede wird bestimmt als das Demonstrieren der (Sprech-)Handlung einer Figur in einem mentalen Raum, mit der gleichzeitig die Übernahme der Perspektive dieser Figur verbunden ist.“ (Ehmer 2011: 62f.) Hier und im Folgenden wird der Begriff der animierten Rede verwendet, da er gegenüber anderen Begriffen, wie beispielsweise dem von Goffman geprägten Konzept des „replay“ (Goffman 1979: 22) nicht explizit auf vergangene Ereignisse Bezug nimmt, sondern auch gegenüber imaginierten Situationen anschlussfähig ist.

Produktionsebene reichen kann (siehe beispielsweise Kapitel 6.4.1 der vorliegenden Studie). Der Begriff der *mentalen Ressource* beschreibt diese interaktiv verfügbar gemachten Elemente der veranschaulichten Hervorbringungen als im lokalen Interaktionskontext anschlussfähig. So kann beispielsweise die wiederholte Positionsverschiebung, welche mit der Darstellung einer Figur des Szenarios einhergeht, durch Nachahmung von anderen Interaktionsteilnehmenden im Anschluss genutzt werden, um auf den zu diesem Zeitpunkt elaborierten Kontext (also beispielsweise die Position ebendieser Figur im mentalen Raum, die Eigenschaften der Figur, den Handlungszusammenhang, ihre Relationen zu anderen Figuren, . . .) des Szenarios zu referenzieren. *Etablierung* beschreibt den Umstand, dass im Zuge dieser Verfügbarmachung oftmals ko-expressiv Kombinationen ‚klassischer‘ Ressourcen ko-ordiniert (Schmitt 2007) zu *mentalen Ressourcen* gebündelt werden, welche nach ihrer Etablierung den ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden zur Verfügung stehen.

4. Makrostrukturelle Interaktionseinheiten

In der vorliegenden Studie wird von *makrostrukturellen Interaktionseinheiten* gesprochen, welche das Desiderat der mikroanalytischen Beobachtungen summarisch möglichst neutral widerspiegeln sollen. In Kapitel 6.1 werden sie in ihrer gegenseitigen Verschränkung in einem Modell dargestellt. Der alternative Begriff der *Gesprächsphase* wurde aufgrund der damit verbundenen Implikationen, „dass Gesprächsphasen klar abgrenzbar und voneinander abgeschlossen sind, [. . .] dass die Abfolge von Phasen linear ist [. . .] dass deren Vorhandensein für einen Interaktionstyp konstitutiv ist [und dass. . .] eine klare Zuordnung von Gesprächsaktivitäten zu einer bestimmten Phase“ (Spiegel/Spranz-Fogasy 2001: 1242) möglich sei, verworfen. Zwar können für konkrete Einheiten interaktionskonstitutive Elemente herausgearbeitet und benannt werden, es sind grundsätzliche Tendenzen der Abfolge nachweisbar und gewisse makrostrukturelle Interaktionseinheiten erlauben eine klare Zuordnung darin stattfindender Aktivitäten, allerdings lassen sich diese Diskriminanten nicht für jede makrostrukturelle Interaktionseinheit auf dieselbe Weise generalisieren. Die Neutralität des Begriffs *makrostrukturelle Interaktionseinheit*⁷⁶ erlaubt es dementsprechend, Interdependenzen,

76 Der Lesbarkeit halber wird auch der Begriff Interaktionseinheit verwendet – dieser bezieht sich immer auf die makrostrukturelle Ebene.

Sequenzialitäten, interaktive Aufgaben und konstitutive Elemente für jede einzelne Einheit gesondert herauszuarbeiten, ohne dabei für alle Einheiten gleichermaßen gültige Eigenschaften zu formulieren. Dadurch wird dem induktiven Vorgehen der vorliegenden Studie sowie der daraus resultierenden Komplexität Rechnung getragen – und die Eigenheiten der untersuchten Sequenzen⁷⁷ ernst genommen. Darüber hinaus ist der Begriff nicht logozentrisch gefärbt, wodurch auch multimodale Realisationen systematisch und gleichberechtigt (Goffman 1979, 1981, Drew 1996) in die Beschreibung einfließen können.

Strukturell spiegelt der analytische Teil der vorliegenden Dissertationsschrift die Bestrebung wider, verschiedene Analyseebenen miteinander in Bezug zu setzen: In einem ersten Kapitel (Kapitel 6.1) wird das auf den detailanalytisch untersuchten Sequenzen basierende Modell in seinen Grundzügen vorgestellt – in einer von der Datengrundlage abstrahierten Form und ohne bereits auf mikroanalytische Befunde einzugehen. Die darauffolgenden Kapitel widmen sich den einzelnen Bausteinen des Modells in seiner in den Sequenzen eruierten sequenziellen Ordnung und leiten die Modellierung mikroanalytisch untermauernd schrittweise her. Als verbindendes Element dieser detailanalytischen Darstellung wird eine exemplarische Schlüsselsequenz herangezogen (siehe Kapitel 6.2), anhand welcher nicht nur jeder einzelne Teil des Modelles, sondern auch der strukturelle Kontext der einzelnen Modell Aspekte in seinem interaktionalen Verlauf sukzessive sichtbar gemacht wird.

6.1. Modell

Die abstrahierende Modellierung der in der Beobachtungsanalyse eruierten einzelnen Gesprächselemente umfasst im Kern sechs makrostrukturelle Interaktionseinheiten, welche den Zuschreibungs- und Aushandlungsprozess

77 Von Sequenzen wird gesprochen, wenn konkrete Ausschnitte einer Interaktion bezeichnet werden; so meint beispielsweise das Auslösen einer Weiterentwicklungssequenz den Umstand, dass eine Interaktionsfortsetzung erwartbar gemacht wird, welche sich in die Kategorie der makrostrukturellen Interaktionseinheit der Weiterentwicklung einordnen lässt.

von Kreativität der analysierten Austauschsequenzen des zugrundeliegenden Korpus (siehe Kapitel 3) abbilden. Die nachfolgenden Analysekapitel (Kapitel 6.3 bis und mit Kapitel 6.7) orientieren sich an diesen strikt induktiv eruierten Interaktionseinheiten. Die makrostrukturellen Elemente beschreiben dabei einerseits die interaktiven Regularitäten der analysierten Sequenzen und bilden dementsprechend akkumuliert Erwartbarkeiten ab, an denen sich die Interaktionsbeteiligten in den Sequenzen orientieren – gerade auch dann, wenn mit diesen Erwartbarkeiten gebrochen wird. Andererseits bilden die Einheiten die interaktiv hervorgebrachte sequenzielle Ordnung ab und sind daher als Derivat der interaktiven Struktur zu betrachten, welcher die Interaktionsbeteiligten in den analysierten Sequenzen folgen und welche sie dementsprechend reflexiv hervorbringen (Garfinkel 1967: 1).

Die Umrisse des Modells können durch die nachfolgenden sechs Punkte subsumiert werden:

1. Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses
2. Präsentationssequenzen
3. Bewertungssequenzen
4. Weiterentwicklungssequenzen
5. Konsensmarkierungen
6. Weiterführende Handlungsimplicationen

Entlang der makrostrukturellen Interaktionseinheiten wird nachgezeichnet, wie sich die Konsensetablierung über die in ihr und durch sie verhandelten Hervorbringungen vollzieht. Die Konsensetablierung umfasst dabei im Kern die Aus- und Zuschreibung von Kreativität – die sich, wie noch gezeigt werden wird, prozessual entfaltet.

Zwischen den makrostrukturellen Interaktionseinheiten bestehen verschiedene Interdependenzen, welche in der Folge skizziert und in den jeweiligen Kapiteln mikroanalytisch transparent gemacht und vertieft werden. Global betrachtet, lassen sich die Elemente in ihren gegenseitigen Abhängigkeiten folgendermassen visualisieren⁷⁸:

78 Die Darstellung des Modells ist von der „Schüssel“ inspiriert, mittels welcher Hausendorf/Quasthoff (2005) die sequenzielle Abfolge der Jobs von (narrativen) Diskurseinheiten illustrieren.

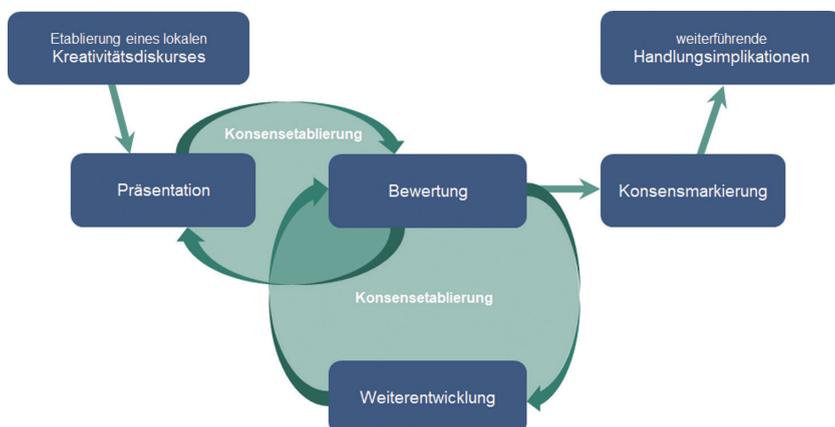


Abb. 14: Umriss des Modells des interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses von Kreativität in den untersuchten Werbeagenturen

1. Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses (Kapitel 6.3).

Damit ein „interaktiver Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess“ (siehe Kapitel 5.5) über kreative Hervorbringungen eingeleitet werden kann, muss seine Anschlussfähigkeit an das vorangehende Interaktionsgeschehen gegeben sein. In dem dieser Studie zugrundeliegenden Korpus präsentieren sich die Anfänge der Austauschprozesse über kreative Hervorbringungen oftmals strukturiert, wobei zwischen geplanten, zeitlich fixierten und ungeplanten, zeitlich nicht fixierten Austauschsequenzen unterschieden werden kann. Der Rahmen, welcher in und durch diese Etablierungen lokaler Kreativitätsdiskurse generiert wird, beinhaltet die Aufgabe

- (1) der Vorbereitung längerer, thematisch kohärenter Turns durch Absicherung der Aufmerksamkeitsfokussierung der anderen Interaktionsteilnehmenden, ferner
- (2) die Relevanzsetzung spezifischer interaktionaler Ressourcen (Hausendorf et al. 2012b: 14) sowie
- (3) die Antizipierung von Bewertungselizitationen.

2. Präsentationssequenzen (Kapitel 6.4).

Ist die Überleitung in einen lokalen Kreativitätsdiskurs erfolgt, beginnt die makrostrukturelle Interaktionseinheit der Präsentation, in welcher ein (in

seltenen Fällen auch zwei) Interaktionsteilnehmende_r eine Hervorbringung vorstellt bzw. vorstellen. Im Zuge dieser Verfügbarmachung der Hervorbringungen lässt sich nachzeichnen, dass die Präsentierenden

- (1) zur Darstellung ihrer Hervorbringungen lokal anschlussfähige, mentale Ressourcen (siehe Kapitel 6) etablieren und
- (2) ihre Hervorbringungen selbstevaluativ in einen Kontext stellen, der auf die arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition verweist.

3. Bewertungssequenzen (Kapitel 6.5).

Auf die Präsentationssequenzen folgen in der Regel Sequenzen, in denen Interaktionsteilnehmende, welche selbst nicht an der Präsentation der Hervorbringung (und meist auch derer Entwicklung) beteiligt waren, Bewertungen vornehmen. Die eruierten Bewertungssequenzen markieren in ihrer Implikation auf die Fortsetzung der Austauschgespräche einen Scheidepunkt, von dem aus in Abhängigkeit des Aspekts der Bewertung (Hartung 2000) gewisse Interaktionsfortsetzungen, übergeordnet betrachtet, wahrscheinlicher werden. Als Regelfall machen Bewertungssequenzen, strukturell betrachtet, es grundsätzlich erwartbar, dass eine weitere Präsentationssequenz folgt (siehe Kapitel 6.4). Für diese Regel gibt es zwei klar definierbare Ausnahmen;

- (A_1) Die Austauschsequenz wird via Konsensmarkierung (siehe Kapitel 6.6) und Formulierung der weiteren Handlungsimplicationen (siehe Kapitel 6.6) aufgelöst. Dies tritt normalerweise ein, wenn
 - o keine weiteren Hervorbringungen mehr präsentiert werden können, weil keine weiteren präsentablen Hervorbringungen mehr vorhanden sind,
 - o oder weil ein zeitlicher Aspekt keine weiteren Präsentationssequenzen mehr zulässt.
- (A_2) Aufgrund der Wertzuordnung und/oder des Wertaspekts wird in den Bewertungssequenzen eine andere makrostrukturelle Interaktionseinheit (namentlich Weiterentwicklungssequenzen, siehe Kapitel 6.5.5) relevant gesetzt. Diese makrostrukturellen Interaktionseinheiten sind als Einschübe zu verstehen, nach ihnen werden grundsätzlich wiederum Bewertungssequenzen und darauf folgend (siehe oben) Präsentationssequenzen erwartbar. Dieser Mechanismus inkludiert, dass beide formulierten Ausnahmen respektiert werden – auf eine Weiterentwicklungssequenz

folgende Bewertungssequenz kann diese entweder in Abhängigkeit von der Wertzuordnung und/oder dem Wertaspekt eine weitere Weiterentwicklungssequenz auslösen oder die Austauschsequenz gänzlich auflöst werden.

Die Bewertungen lassen sich auf Basis der durch sie nahegelegten Handlungsimplicationen hinsichtlich der bewerteten Hervorbringung in zwei Gruppen einteilen:

- (1) Bewertungen, welche dazu führen, dass die Hervorbringung nicht mehr weiterverhandelt wird (Kapitel 6.5.4). Diese Bewertungssequenzen machen eine nächste Präsentationssequenz erwartbar (siehe oben).
- (2) Bewertungen, welche zu einer Weiterverhandlung der Hervorbringung führen. Diese kann entweder im Zuge einer Weiterentwicklungssequenz direkt im Anschluss an die Bewertung vollzogen oder auf einen späteren Zeitpunkt verschoben werden. Diese Bewertungen folgen generell einem formalisierbaren Muster; in einem ersten Schritt wird ein Teil der präsentierten Hervorbringung positiv bewertet, worauf in einem zweiten Schritt eine negative Bewertung folgt, die sich entweder auf dasselbe Bewertungsobjekt unter einem anderen Aspekt oder auf ein anderes Element der Hervorbringung bezieht.

Des Weiteren zeichnet sich im Zuge der Bewertungssequenzen eine Konsensetablierung ab; so werden die Werturteile multimodal mit den anderen Interaktionsteilnehmenden abgestimmt.

4. Weiterentwicklungssequenzen (Kapitel 6.5.5).

Weiterentwicklungssequenzen zeichnen sich dadurch aus, dass in ihrem Zuge Hervorbringungen wiederaufgenommen werden, die bereits in der Interaktion präsentiert wurden, und nun in abgeänderter Form den anderen Interaktionsteilnehmenden zur Verfügung gestellt werden.

Die makrostrukturelle Interaktionseinheit der Weiterentwicklung ist in mehrfacher Hinsicht von den vorausgehenden Einheiten abhängig. So ist in einem ersten Schritt festzuhalten, dass Weiterentwicklungssequenzen immer auf Bewertungssequenzen folgen und diese daher ebenso voraussetzen wie eine vorangegangene Präsentationssequenz, auf welche sich die Bewertung bezieht. Weiterentwicklungssequenzen erfüllen sowohl rückwärtsverweisende als auch vorwärtsverweisende Funktionen: Sie bearbeiten im Nachhinein eine Leerstelle der Bewertungssequenzen, da durch sie mögliche

Alternativen der Hervorbringungen veranschaulicht werden, wodurch die weiterentwickelnden Personen Sollwerte der vorausgehenden Wertprädikationen konkretisieren. Prospektiv geht mit der partiellen Reproduktion der Hervorbringung eine Fokussierung auf gewisse Aspekte der ursprünglichen Hervorbringung einher, weshalb Weiterentwicklungen einen zentralen Faktor in der Konsensetablierung darstellen. Primäre Weiterentwicklungssequenzen (also solche, die nicht auf einer Weiterentwicklung, sondern auf einer Präsentationssequenz basieren) werden ausschliesslich durch Personen durchgeführt, welche die Hervorbringung nicht selbst initial zur Verhandlung gestellt haben oder an ihrer Präsentation beteiligt waren. In der Regel gilt dies auch für sekundäre und tertiäre Weiterentwicklungssequenzen, also für solche, die auf vorherigen Weiterentwicklungen aufbauen.

5. Konsensetablierung / Konsensmarkierung (Kapitel 6.6).

Die vorliegende Studie unterscheidet zwischen Konsensetablierung und Konsensmarkierung. Erstere lässt sich nur als Prozess beschreiben, welcher eine sequenzielle Einengung des Ver- und Aushandlungsgegenstandes im Zuge der Präsentationssequenzen und der darauf bezogenen Bewertungssequenzen (und, wenn vorhanden, auch Weiterentwicklungssequenzen, siehe oben) darstellt. Dergestalt wird durch die Interaktionsteilnehmenden prozessual ein lokal gebundener *common ground* (Clark 2012) über den *Neuigkeitswert*, die *Passung* und weitere Aspekte der Hervorbringung interaktiv hergestellt. Die Konsensetablierung stellt einen zentralen Faktor bei der Aus- und Verhandlung kreativer Hervorbringungen dar, lässt sich allerdings nicht als eigenständige makrostrukturelle Interaktionseinheit beschreiben, sondern ist latent in den oben beschriebenen Interaktionseinheiten zu beobachten.

Als Konsensmarkierung wird die „Gleichung von als zunächst different vorausgesetzten Instanzen, Momenten, Standpunkten und expliziten Positionen“ (Hoffmann 2017) verstanden, die sich auf die Hervorbringungen bezieht und verbalisiert wird. Konsensmarkierungen sind im Regelfall gegen Ende der Austauschsequenzen anzutreffen und beziehen sich auf den innerhalb der Austauschsequenzen vollzogenen Prozess der Aushandlung der Hervorbringungen. Dementsprechend handelt es sich bei den Konsensmarkierungen im unmarkierten Normalfall um tendenziell unspezifische Äusserungen, welche sich weniger auf eine konkrete Hervorbringung, sondern übergeordnet auf den vorab inkrementell und sukzessive etablierten Konsens (Boden 1994, Huisman 2001: 70), der sich im Zuge der Präsentationen,

Bewertungen und Weiterentwicklungen schrittweise sedimentiert hatte, bezieht.

Konsensmarkierung treten makrostrukturell betrachtet dann auf, wenn

- keine weiteren Hervorbringungen mehr präsentiert werden können, weil keine weiteren präsentablen Hervorbringungen mehr vorhanden sind,
- wenn ein zeitlicher Aspekt keine weiteren Präsentationssequenzen mehr zulässt.

Dadurch nehmen diese Konsensmarkierungen makrostrukturell betrachtet eine das Ende der Austauschsequenzen vorbereitende Funktion (Barnes 2007: 291) ein: Damit aus dem „interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess“ (siehe Kapitel 5.6) über kreative Hervorbringungen wieder ausgestiegen werden kann – also das vorangehende interaktive Geschehen (Mondada 2012a, Holmes/Stubbe 2015) gemeinsam aufgelöst wird, markieren die Interaktionsteilnehmenden im Regelfall den über die verhandelten Hervorbringungen der über die Präsentations-, Bewertungs- und Weiterentwicklungssequenzen etablierten Konsens als erreicht. Die Konsensmarkierungen erfüllen dadurch auch die Funktion eines topic-boundings (Schegloff/Sacks 1973: 303–309).

6. Weiterführende Handlungsimplicationen (Kapitel 6.7).

Die letzte makrostrukturelle Interaktionseinheit, welche sich auf Basis der analysierten Sequenzen des zugrundeliegenden Korpus herausarbeiten lässt, ist die Auflösung des lokalen Kreativitätsdiskurses durch Formulierung der sich aus dem Austausch ergebenden Handlungsimplicationen im Sinne eines „commitment to future action“ (Huisman 2001: 70). Die Formulierung der Handlungsimplicationen erfüllt im Kern zwei Funktionen (nachfolgend unter 1. und 2. gefasst) – und verweist darüber hinaus (3.) auf die Dialektik der Kreativität (Mahrenholz 2011: 21).

1. *Gesprächsbeendigung*

Durch die Formulierung der nächsten Schritte (Barnes 2007) wird ein mögliches *pre-closing* (Schegloff/Sacks 1973) vollzogen und damit einhergehend antizipierbar gemacht, dass die Austauschsequenz kurz darauf folgend enden wird.

2. Absicherung des Konsenses

Da die Handlungsimplicationsformulierungen die Ergebnisse der Austauschsequenz in projizierte Handlungen überführt, wird notwendigerweise auf vorangegangene Elemente verwiesen, die im Zuge der Austauschsequenz verhandelt wurden (Boden 1994). Durch die Referenzen der Interaktionsteilnehmenden auf spezifische Titel und/oder kategorielle Setzungen der Hervorbringungen unter dem Aspekt ihrer Weiterverfolgbarkeit wird nicht nur auf den sukzessive etablierten Konsens Bezug genommen, sondern dieser nochmals abgesichert.

3. Vagheit

Die Interaktionsbeteiligten tauschen sich im Zuge der Handlungsimplicationsformulierungen auf der verbalen Oberfläche über eine Reihe von handlungsrelevanten Aspekten aus, unter die beispielsweise die Zeit fallen kann, in welcher die Handlung vollzogen werden wird, ferner die Verantwortlichkeiten für die einzelnen Handlungen sowie die Vereinbarung einer weiteren Zusammenkunft. Obgleich sich graduelle Unterschiede hinsichtlich der verhandelten Eckdaten festhalten lassen, ist den Sequenzen gemeinsam, dass in ihnen diejenigen Elemente, die im Zentrum dieser projizierten Handlungen stehen, sowie die Handlungsspezifika per se nicht dezidiert konkretisiert werden. Dadurch ist den Handlungsformulierungen eine systematisch beobachtbare Vagheit inhärent, die auf das der Kreativität „eigene Moment der Freiheit“ (Mahrenholz 2011: 21) verweist. Somit wird die teleologische Prämisse der Effizienzmaxime (vgl. exemplarisch Reckwitz 2014: 10, vgl. auch Lenk 2000: 93) dahingehend relativiert, dass auf diese Weise der „Dauerinnovation“ (Krämer 2015) ein Ausgestaltungsspielraum eingeräumt wird, der nicht bereits vorab durch das „commitment to future action“ (Huisman 2001: 70) eingeschränkt wird.

6.2. Schlüsselsequenz Newspaper

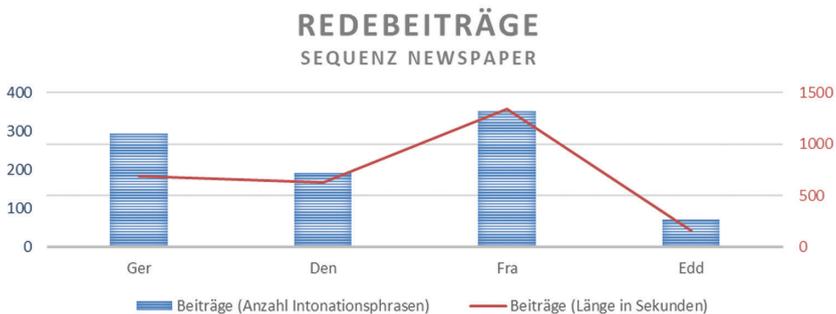


Abb. 15: Setting Schlüsselsequenz

Durch die nachfolgenden Analysekapitel wird eine „Schlüsselsequenz“ leiten. Diese entstammt dem Subkorpus, welcher in der Werbeagentur „Athene“ (siehe Kapitel 3.4) erhoben wurde. Bei der Sequenz handelt es sich um einen Ausschnitt einer vorab zeitlich fixierten und demnach geplanten Sitzung, die zum inhaltlichen Austausch über den aktuellen Stand der Werbekonzeption dienen soll. Auf die konkrete Form des Austausches wird innerhalb des untersuchten Feldes häufig mit dem Begriff „Schulterblickgespräch“ (vgl. Krämer 2014: 265–276) referiert. Schulterblickgespräche sind ein institutionalisiertes Austauschformat in Werbeagenturen, welches sich dadurch auszeichnet, dass meist hierarchisch höher gestellte Personen eine Rückmeldung zum aktuellen Projektstand einer Konzeption geben. Die Spezifika von Schulterblickgesprächen lassen sich vor dem Hintergrund des branchenspezifischen Kontextes, welcher die Werbeagenturen massgeblich determiniert, als Sedimentierung der monetär bedingten zeitlichen Effizienz (Nixon 2003: 39–92, Koppetsch 2006a: 149–151) und des Kreativitätsimperatives rekonstruieren (Koppetsch 2006b, 2006a: 141–149, Reckwitz 2014: 10). Der zeitliche Horizont zwischen Auftragserteilung und der werblichen Umsetzung ist oftmals knapp (Koppetsch 2006a: 141–159, Krämer 2014: 266), zudem

spielen externe oder der Kreation nachgelagerte Faktoren wie die gestalterische Ausgestaltung (Fotoshooting, Setzung, Druck, Filmproduktion etc.), die etwaige Involvierung anderer Dienstleister bis hin zur Buchung und Verfügbarkeit der Anzeigepplätze eine limitierende Rolle. Schulterblicksituationen sind dementsprechend häufig stark zugespitzt, Ideen werden nicht selten „ohne langes Diskutieren abgelehnt bzw. angenommen [oder] komplett aus dem Rennen genommen“ (Krämer 2014: 266). Die Sequenz, welche als roter Faden durch die nachfolgenden Analysekapitel leiten wird, bildet dabei ein relativ frühes Stadium der Konzeptionierung der Werbemaßnahmen ab. Zum Zeitpunkt der im Fokus der Analyse stehenden Sequenz wurde vonseiten der Beratungsabteilung der Werbeagentur bereits ein Gespräch mit dem Kunden geführt, in welchem die Rahmenbedingungen geklärt wurden, und ein darauf basierendes initiales Briefing der Kreativabteilung vollzogen.

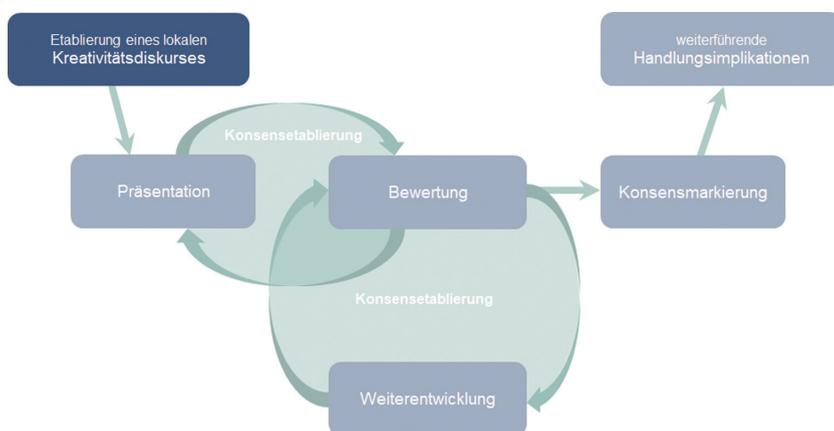
Das diesem Auftrag zugewiesene Projektteam, bestehend aus den beiden Werbetextern Gerhard (GER) und Denis (DEN), präsentiert in dieser Sitzung zum ersten Mal seinen Vorgesetzten einen Zwischenstand. Nebst den beiden Werbetextern sind dementsprechend auch die beiden Creative-Direktoren Frank (FRA) und Eddie (EDD), anwesend. Wie in Abb. 15 ersichtlich wird, befindet sich neben den vier mit der Werbekonzeption beschäftigten Personen noch eine fünfte Person im Raum, die sich allerdings im gesamten Sitzungsverlauf nicht in die Interaktion einklinken und sich zu einem späteren Zeitpunkt mittels Kopfhörern auch ausser Hörweite (vgl. hierzu S. 66ff) begeben wird.



Tab. 2: Quantifizierung der Redebeiträge (A_171116_K6_K7_Newspaper)

Wie die Visualisierung der Quantifizierung der Sequenz *Newspaper* in Tabelle 2 verdeutlicht, sind sowohl die Anzahl als auch die Länge der Redebeiträge nicht gleichverteilt – während Gerhard und Denis, beide dem Projektteam der Ausarbeitung zugehörig und damit primär in der Rolle der Präsentierenden, zwar unterschiedlich oft, aber dennoch insgesamt ähnlich lange sprechen, sticht die Diskrepanz sowohl hinsichtlich der Anzahl als auch der Länge der Redebeiträge der beiden Creative-Direktoren deutlich hervor. Zwar ist die Zeit, welche die Redebeiträge der beiden CD einnehmen, insgesamt nur rund 180 Sekunden länger als die Redezeit von Gerhard und Denis zusammen – sie wird allerdings primär von Frank bestritten.

6.3. Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses



Eine der Grundbedingungen dafür, dass ein „interaktiver Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess“ (siehe Kapitel 5.6) über kreative Hervorbringungen eingeleitet werden kann, liegt in der Anschlussfähigkeit eines solchen Prozesses an das vorangehende Interaktionsgeschehen. Anders als der mystifizierte Geistesblitz, der einen plötzlich und unmittelbar überfällt und definitorisch fernab von routinierten Handlungen zu positionieren sei (vgl. Weiner 2000: 11, neurobiologischen Einwand gegen dieses Narrativ formuliert unter anderem Rossbach 2009: 13), gestalten sich die Anfänge der Austauschprozesse

über kreative Hervorbringungen im dieser Studie zugrundeliegenden Korpus oftmals strukturiert. Nicht nur bei zeitlich festgelegten Interaktionsstrukturen wie Sitzungen (Button/Casey 1988, Schwartzman 1989, Boden 1994, Asmuss/Svennevig 2009, Barske 2009, Nielsen 2009, Deppermann et al. 2010, Svennevig 2012, Cooren 2013, Atkinson et al. 2014, Vine 2018) sowie bei spontanen Austauschsequenzen müssen die Teilnehmenden einen Übergang vom vorangehenden interaktiven Geschehen in das (im Falle von geplanten Sequenzen organisational strukturiert-fixierte) Gespräch vollziehen (Mondada 2012a, Holmes/Stubbe 2015), sondern auch innerhalb solcher Besprechungssequenzen muss ein Übergang von traktandierten Punkten und dem interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess kreativer Hervorbringungen (siehe Kapitel 5.6) eingebettet und interaktiv umgesetzt werden. Die Bandbreite der Einbettungssequenzen ist relativ gross, weshalb die Beschreibung der Möglichkeiten interaktiver Anschlussfähigkeit sich in der Folge entlang verschiedener Beispiele aus dem Korpus orientieren wird, die auf Basis ihrer organisationellen Einbettung kategorisiert und entlang der Achsen *geplant*, *respektive zeitlich terminiert* und *ungeplant*, *respektive zeitlich nicht fixiert* präsentiert werden.

Dabei werden drei zentrale Punkte herausgearbeitet: der Rahmen, welcher in und durch diese Überleitungen etabliert wird, involviert ein Setting, in dem

- (1) längere, thematisch kohärente Turns vorbereitet werden sowie
- (2) spezifische interaktionale Ressourcen (Hausendorf et al. 2012b: 14) relevant gesetzt werden
- (3) und Bewertungselizitationen antizipiert werden.

Für Punkt (1) wird sich als elementare Grundbedingung herausstellen, dass alle Interaktionsteilnehmenden über das Thema der Besprechungs- und Austauschsequenz informiert sind. Dies wird von den Interaktionsteilnehmenden durch Etablierung der Inhaltsrelevanz der anschliessenden thematisch gebundenen Sequenz erreicht und kann durch Referenz auf bereits etabliertes, gemeinsam geteiltes Wissen oder durch eine Einbettungs- und Erklärungssequenz geschehen. Des Weiteren ist in allen nachfolgend diskutierten Beispielen nachzuzeichnen, dass die Interaktionsteilnehmenden (und insbesondere diejenigen, welche längere, thematisch kohärente Turns zu produzieren gedenken) sich der Aufmerksamkeit der anderen auf verschiedenen Modalitätsebenen vergewissern. Dies gilt für geplante und ungeplante Austauschsequenzen gleichermaßen.

Die Befunde zu Punkt (1) decken sich strukturell mit gesprächs- und interaktionsanalytischen Studien und Befunden zu Sitzungsinitiationen (Button/Casey 1988, Goodwin/Goodwin 2009, Cooren 2007, Mondada 2012a, Svennevig 2012), aber auch mit denjenigen zu Erzählstrukturen und deren Einleitungen (Goodwin 1984, Sacks 1998c, 1998d, Gülich 2008, Fina/Georgakopoulou 2012: 44, Mondada 2013b: 598, König/Oloff 2018). Diese strukturelle Nähe zu Erzählungen ist nicht nur hinsichtlich ihrer sequenziellen Implikationen auf die Interaktionen relevant, sondern auch werbehistorisch betrachtet erwähnenswert: Die postmoderne Werbestrategie (Schulze 2002: 985) hat in den letzten Jahrzehnten das Storytelling als eines der zentralen Erfolgskonzepte (Kang et al. 2020) für sich entdeckt und die Wirkungsmacht von Erzählungen (Fisher 1987) als einen essentiellen Baustein (Santos et al. 2021) einzusetzen gesucht, vom werbemassnahmenbegleiteten Markenaufbau bis hin zur traditionellen Produktabsatzwerbung (Fog et al. 2005). Erzählstrukturen sind als Werbemittel etabliert – und können, so zeigen die Übergänge zu den Austauschsequenzen, strukturell betrachtet ebenfalls den interaktiven Produktionsmechanismen ebenjener Werbemittel nachgezeichnet werden.

Der zweite Punkt, also dass bereits während dieser Überleitungs- respektive Einleitungssequenzen spezifische interaktionale Ressourcen relevant gesetzt werden, verweist indexikalisch auf einen strukturellen Aspekt der Werbeproduktion: In den nachfolgenden Interaktionseinheiten (siehe Kapitel 6.4, Befund (1) und (2)) werden die Interaktions-teilnehmenden wiederkehrend vor das interaktive Problem gestellt, Hervorbringungen sicht- und verfügbar zu machen, welche noch nicht in materialisierter oder visualisierter Form vorliegen. Die Ressourcen, die in den Überleitungssequenzen relevant gesetzt werden, sind überwiegend häufig solche, die in den nachfolgenden Präsentationssequenzen zur Bearbeitung genau dieser interaktiven Herausforderung genutzt werden.

Der dritte Befund (3), der sich in Bezug auf die Übergangssequenzen festhalten lässt, betrifft die Antizipation von Bewertungssequenzen (siehe Kapitel 6.5), die bereits in diesem Stadium vorbereitet werden. In diesem Kapitel wird aufgezeigt, dass sich die Interaktionsteilnehmenden in interaktiven Konstellationen, die über eine Dyade hinausgehen, vor allem der Aufmerksamkeit derjenigen Personen vergewissern, deren Rückmeldung sie durch die Aufmerksamkeitsaufforderung erwartbar machen. Diese Gerichtetheit lässt sich in nahezu allen Sequenzen nachzeichnen und spiegelt ein Bild wider, das eine klare Verortung der lokalen Bewertungsinstanzen

innerhalb der jeweiligen Interaktionskonstellationen nahelegt. Wer wen bewertet, wird oftmals also bereits in der Überleitung in die eigentliche fokussierte Austauschkonstellation multimodal (und in seltenen Fällen auch explizit verbal) verhandelt.

Den Einstieg in die Analysen, welche die oben kurz zusammengefassten Befunde mikroanalytisch herleiten, bildet die Schlüsselsequenz (siehe Kapitel 6.3.1.1), welche zu den zeitlich fixierten Austauschsequenzen gezählt werden kann. Im darauffolgenden Unterkapitel 6.3.2 werden die Übergangssequenzen illustriert, welche vorab nicht fixierte Austauschsequenzen einleiten. Die nachfolgenden Sequenzen weisen alle in unterschiedlicher Prägnanz die oben erwähnten Befunde auf – um Redundanzen zu vermeiden, werden sie aber jeweils zur Illustration eines spezifischen Befundes (oder einer Kombination derselben) herangezogen. Dadurch fällt die Darstellung der einzelnen Sequenzen zwar umfangreicher aus, ermöglicht aber so den Nachvollzug, dass es sich bei den Befunden nicht um Einzelbeobachtungen, sondern um akkumulierte Beobachtungen über die gesamte zugrundeliegende Datenstruktur (siehe Kapitel 3) hinweg handelt.

6.3.1. Übergang zu geplanten, zeitlich fixierte Austauschsequenzen

6.3.1.1. Schlüsselsequenz

Ein Beispiel für einen Übergang von einem vorangehenden interaktiven Geschehen zu einer zeitlich terminierten und vorab festgelegten Besprechungssequenz, die dem interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess kreativer Hervorbringungen gewidmet ist, findet sich in der Schlüsselsequenz (zur Kontextbeschreibung der Schlüsselsequenz siehe Kapitel 6.2). Um die multimodalen Feinheiten der Interaktion sequenziell besser verorten zu können, ist in der Folge ein verbales Transkript der Übergangssequenz abgedruckt.

Transkript 1: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0001-0028)⁷⁹

0001 (1.06)
 0002 Ger: ((räuspern 0.6 Sek))
 0003 (1.44)
 0004 Ger: oKAY;
 0005 (0.34)
 0006 Edd: <<acc> WHAT are we doing >,
 0007 (0.48)
 0008 Ger: [news;]
 0009 Den: [NAME DES KUNDEN;]
 0010 Fra: [NAME DES KUNDEN;]
 0011 (0.41)
 0012 Edd: wha (.) WHAT are we doing,
 0013 (0.94)
 0014 Ger: SÖLL _ äh,
 0015 [söll _ äh ICH mache?]
 0016 Fra: [fuck you are you][are you making JOKES of me;]
 0017 Ger: [((unverständlich))]
 0018 Den: [((unverständlich))]
 0019 (0.32)
 0020 Edd: no (.) NO just sort of;
 0021 (0.33) acting my AGE,
 0022 (0.25)
 0023 Fra: ja,
 0024 (0.56)
 0025 Ger: FIRST äh;
 0026 Edd: ALZheimers;
 0027 (0.69)
 0028 Ger: this (so far) has not a title YET but;

79 Hier und im Folgenden wird zu Beginn eines Transkriptausschnittes jeweils eine Chiffre angegeben, welche Basisinformationen des Datums in komprimierter Form wiedergibt. Dabei folgen die Chiffren der folgenden Struktur: Der Grossbuchstabe zu Beginn der Chiffre referenziert auf die Werbeagentur, in welcher das Datum erhoben wurde (A = Athene, T = Terry, siehe Kapitel 3.2 und 3.4). Die davon durch einen Bodenstrich abgetrennte Nummerierung bezeichnet das kalendarische Datum des Aufnahmezeitpunktes nach dem ISO-Standard yymmdd (Internationale Organisation für Normung 2019). Die nachfolgende Buchstaben-Zahl-Kombination gibt Aufschluss über die Kamera, aus welcher Perspektive die zitierte Tonspur oder das abgebildete Bildmaterial hervorgeht (in diesem Falle also Kamera 6, siehe Abb. 7 auf Seite 58). Das letzte Wort ist die Arbeitstitelbezeichnung für die gesamte Sequenz, über welche im Lauftext dann auch auf das Transkript oder die Abbildungsserien auf das Datum verwiesen wird.

Gerhard und Denis, die beiden mit der Ausarbeitung der Kampagne beauftragten Mitarbeiter, sitzen zu Beginn des oben transkribierten Ausschnittes bereits am runden Tisch im Büro der beiden CD (siehe Abb. 16 unten). Denis hat einen Laptop sowie einen kleinen Notizblock und einen Stift vor sich auf dem Tisch platziert, Gerhard hält einen kleinen Stapel bedruckter A4-Papiere in der Hand. Die beiden Werbetexter (siehe Kapitel 6.2) sitzen jeweils auf einem der vier am Tisch vorhandenen weissen Stühle, haben ihre Rücken jeweils schräg der Fensterfront zugewandt und sind dadurch sowohl zueinander hin als auch zu den beiden CD orientiert. Diese Ausrichtung hat in mehrfacher Hinsicht Implikationen für die interaktiven Ressourcen der Interaktionsteilnehmenden, welche nicht direkt an die Bordmittel der Interaktion geknüpft sind (Hausendorf 2012: 141). Gerhard und Denis sind aufgrund ihrer Stuhlwahl (die auch hätte anders ausfallen können, wenn man sich die weiteren Sitzmöglichkeiten zwischen den beiden, aber auch das Sofa an der Zimmerwand ins Bewusstsein ruft, siehe Kapitel 3.6: Büro der Creative Directors) einander zugewandt. Dies ermöglicht einerseits eine erhöhte gegenseitige Sicht- und Beobachtbarkeit und dadurch auch eine visuelle Koordinierung, andererseits aber sind ihre jeweiligen Visualisierungs- und Notizressourcen wie Stifte, Notizblock, Laptop und A4-Drucke in Interaktionsräumen verortet, welche ohne Veränderung ihrer Sitzposition primär nur jedem einzelnen zugänglich sind. Denis' Laptopbildschirm ist somit für Gerhard nicht direkt einsehbar – und umgekehrt können Gerhards Papierausdrucke ebenfalls nicht ohne Veränderung der Sitz- oder Körperposition geteilt genutzt werden, sofern er sie nicht anderweitig auf dem Tisch verfügbar macht. Dadurch wird bereits an dieser Stelle eine makrosequenzielle Ordnung des nachfolgenden Austausches wahrscheinlich, welche weniger ein gemeinsames Präsentieren ein und derselben Sache mittels geteilter Objekte nahelegt, sondern eher eine auszuhandelnde, nacheinander erfolgende Verfügbarmachung ihrer jeweils eigenen (Visualisierungs-) Ressourcen. Die Sitzposition der beiden Präsentierenden ist dabei nicht nur hinsichtlich ihrer Orientierung und der daraus resultierenden Anschlusservartung erwähnenswert, sondern auch bezüglich der durch die Wahl ihrer Sitzflächen verbundenen Vorstrukturierung der Sitzplatzkoordination der beiden CD.



(0.4) • (0.66)



Ger: ((räuspern • 0.6 Sek))



(1.44) Ger: oKAY; (0.34) Edd: <<acc> • WHAT are we doing >

Ger: [news;] •
Den: [NAME DES KUNDEN;] •
Fra: [NAME DES KUNDEN;] •

Abb. 16: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–010 von A_171116_K6_K7_Newspaper⁸⁰

80 Die nachfolgenden Abbildungen der Videoaufnahmen wurden zu Anonymisierungszwecken technisch verfremdet. Dabei wurde eine Reihe von Stilisierungsfiltern mit einem Video- und Bildbearbeitungsprogramm auf das Video und die Abbildungen angewendet, wodurch die Konturen der Personen zwar ersichtlich bleiben, die Identifikation der einzelnen Individuen allerdings erschwert wird. Das Verfahren wurde sowohl qualitativ durch eine Vorstudie als auch technisch mittels eines Bilderkennungsalgorithmus überprüft und auf Basis der Resultate verfeinert. Die finalen und hier abgebildeten Varianten stellen einen Mittelweg dar, der einerseits die Ebene der Interpretierbarkeit kleinerer Bewegungen und körperlicher Veränderungen gewährleisten soll und andererseits größtmöglichen Schutz der abgebildeten Personen vor einer potenziellen Wiedererkennung bietet. Hier und im Folgenden markiert das Symbol • im Transkript denjenigen Moment, der durch das Standbild wiedergegeben wird. Diese Darstellungsweise lehnt sich an die unter anderem von Kesselheim (2012) gewählte Abbildungsvariante an. Die anonymisierten Namen der Interaktionsteilnehmenden werden jeweils bei ihrem ersten Auftreten angegeben und zugeordnet. Im Falle der Schlüsselsequenz erfolgte dies in Abb. 15.

Wie bereits im Zuge der Raumanalyse erarbeitet wurde (siehe Kapitel 3.6: Büro der Creative Directors), verfügt das Büro der beiden CD über verschiedene Sitzgelegenheiten mit unterschiedlich ausgeprägten Mobilitätspotenzialen. Dadurch, dass Gerhard und Denis sich in der in Abb. 16 illustrierten Art und Weise platziert haben, bleiben für die beiden CD, welche zu Beginn der dargestellten Sequenz im Begriff sind, sich am Tisch zu positionieren, zwei naheliegende sitzende Platzierungsmöglichkeiten übrig. Die eine Option besteht in dem weissen Stuhl, welcher sich auf der den Arbeitsplätzen der beiden CD zugewandten Seite des Tisches befindet, die andere darin, ihren eigenen Bürostuhl an den Tisch zu rollen. In Abb. 16 oben links ist genau der Moment eingefangen, in welchem Frank interaktiv seine Wahl für den Stuhl den anderen Interaktionsteilnehmenden körperlich verfügbar macht. Eddie, der sich zu diesem Zeitpunkt schon zu den am Tisch sitzenden Personen gedreht hat, eröffnen sich in diesem Moment zwei Möglichkeiten: Entweder, er greift/läuft um eine der beiden bereits am Tisch sitzenden Personen herum, um sich gleich den anderen ebenfalls auf einem Stuhl positionieren zu können, oder er ist darauf angewiesen, sich seinen eigenen Stuhl heranzurollen. In Abb. 16 oben rechts wird erkennbar, dass Eddie letztere Option wählt und mit seinem Bürostuhl an den Tisch rollt. Dadurch hat die initiale Positionierung von Gerhard und Denis nicht nur proxemische, sondern auch direkte Implikationen auf den Aspekt der Mobilität der anschliessenden Besprechung – Eddie ist als einziger Interaktionsteilnehmer auf einem roll- und drehbaren Stuhl positioniert, während alle anderen eine erweiterte Mobilität nur dadurch erreichen können, dass sie ihre Sitzposition oder –örtlichkeit verändern.⁸¹

Der Bewegung und Orientierung an den Tisch der beiden CDs vorangehend, bündelt Gerhard seine A4-Ausdrucke und begradigt sie, indem er die kurze Kante seiner Blätter zweimal in schneller Folge auf die Tischplatte klopft (Transkript 1, Zeile 0001). Auch wenn dieser Umgang mit einem Papierbündel in unterschiedlichen Konstellationen als Opening- oder Closingsignal beobachtet werden konnte, kann hier auf Basis der audiovisuellen Daten nicht abschliessend geklärt werden, dass exakt dieses auditive Signal den Auslöser dafür darstellt, dass sich die beiden CD hin zum

81 Über das Mobilitätspotenzial hinaus kann der Bürostuhl als solcher bereits als Ausdruck einer „Territorial- und Distinktionsgeste“ (Nöbauer 2013: 35) verstanden werden.

Tisch in Bewegung setzen. Allerdings kann diese in den Daten deutlich hörbare Geste in eine Reihe von Aufmerksamkeitsdarstellungsaufforderungen seitens Gerhards eingeordnet werden, welche damit, dass sich die beiden CDs einander zuwenden und sich anschliessend zum Tisch bewegen, nicht endet. Die Sitzplatzpositionierung begleitend, räuspert sich Gerhard und projiziert mit einem „oKAY;“, konversationsanalytisch als „transitional movement“ (Beach 2013: 154 f.) beschreibbar, den Beginn der Besprechung. Die Körperposition der Interaktionsteilnehmenden ist in diesem Moment der Interaktion nicht nur insofern erwähnenswert, als nun alle einen Sitzplatz eingenommen haben, sondern insbesondere in Bezug auf Frank, der den Kopf auf seinen Unterarmen und diese auf dem Tisch positioniert hat (siehe Abb. 16, zweite Bilderstrecke rechts). Diese Körperhaltung lässt sich interaktionsanalytisch betrachtet insofern als antizipatorisch verstehen, als dadurch für die anderen Interaktionsteilnehmenden verfügbar gemacht wird, dass zu diesem Zeitpunkt (noch) nicht von einer fokussierten Austauschsituation die Rede sein kann, in der alle Beteiligten ihre (visuelle) Aufmerksamkeit einer Sache zuwenden, sondern dass ein derart gestalteter interaktionaler Rahmen erst noch zu etablieren ist.⁸² Eddies an das von Gerhard geäußerte „oKAY;“ anschliessende „<<acc> WHAT are we doing >“, kann dadurch in mehrfacher Hinsicht indexikalisch verstanden werden – und lässt sich sowohl als genereller Kommentar zur Situation interpretieren als auch als Ansatz, die durch das vorangegangene „oKAY;“ initiierte Transition in eine Besprechungssituation zu konkretisieren. Das von ihm verwendete Verb *to do* verweist zudem in seiner prospektiven Konnotation auf die Interaktionskonstellation *per se*; es rahmt die nachfolgende Interaktionssequenz als eine, in der von einem Kollektiv „we“ etwas getan wird (und nicht etwa ‚nur‘ etwas besprochen, abgestimmt oder mittgeteilt wird). Die durch die steigende Intonation evozierte Folgerwartung einer im nächsten Turn zu spezifizierenden Information um das, was getan (werden) wird, ist in beiden Dimensionen ihrer doppelten Zeitlichkeit (Deppermann 2008: 49) für das Erkenntnisinteresse

82 Dies involviert selbstverständlich auch den Umstand, dass Frank in diesem Moment noch nicht vollumfänglich als Rezipient angesehen werden kann (Goodwin/Goodwin 2009), und schliesst somit an die Erkenntnisse der gesprächsanalytischen Forschung zur *floor-distribution* und dem *Blickrichtungsverhalten* von ‚Zuhörer_innen‘ (Goodwin 1980, 1981, Rossano 2012) an. Darüber hinaus verweist es aber auch auf die Relevanz körperlicher Signale zur Etablierung des Rezipient_innenstatus in Interaktionen (Heath 1986, Streeck/Knapp 1992, Streeck 1993, Mondada 2011, Ford/Stickle 2012).

der vorliegenden Studie relevant. Denis sowie Frank nennen zeitgleich den Namen der Zeitung, für welche eine Werbestrategie entwickelt werden soll – Gerhards Antwort „news“, die simultan zu den anderen beiden erfolgt, kann sowohl als Hyperonym des Gegenstandsbereiches, der beworben werden soll, als auch als Hyponym für denjenigen Aspekt der Zeitung verstanden werden, welcher dabei fokussiert werden wird. An diesem Punkt wird deutlich, dass ein geteiltes Wissen um das Thema des nachfolgenden Austausches besteht. Darüber hinaus ist die Kürze der Antworten aber auch ethnomethodologisch als indexikalischer Verweis auf eine organisationale Struktur zu verstehen; was getan werden wird, scheint an dieser Stelle keiner weiteren Klärung zu bedürfen und wird in der Folge durch das Tun selbst wieder hervorgebracht (Garfinkel 1967: 11).

Es wird entlang obiger Beschreibung deutlich, dass ein „interaktiver Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess“ (siehe Kapitel 5.6) über kreative Hervorbringungen nebst den geteilten Wissensbeständen ein nicht unbedeutendes Mass an Koordinierungs- und Etablierungshandlungen aller Interaktionsbeteiligten voraussetzt, das in dem in Abb. 16 oben illustrierten Zeitfenster noch nicht als abgeschlossen angesehen werden kann. Wie der sich daraufhin entfaltenden Weiterführung der Interaktion entnommen werden kann (Abb. 17 unten), wird die mitunter als Aufmerksamkeitsaufforderung zu verstehende Frage nach der simultanen Antwort von Frank, Gerhard und Denis (Abb. 16 oben) durch Eddie wiederholt. Im Unterschied zur ersten Realisierung der Frage, an welche der zweite Teil der Paarsequenz direkt danach ohne grössere Sprechpause angeschlossen wurde, folgt (Abb. 17, rechte obere Darstellung) nach der Wiederholung seiner Frage eine insgesamt rund einsekündige Pause. Während dieser verbalen Pause findet eine Reihe von multimodalen Koordinierungsaktivitäten statt, unter welchen insbesondere das sequenzielle Blickverhalten zwischen Denis, Gerhard und Eddie hervorzuheben ist. Eddie blickt bereits während seiner Frage Denis und im Anschluss an die Intonationsphrase Gerhard an, welcher (siehe Abb. 17 unten, rechte obere Abbildung) ihn seinerseits kurz ansieht und anschliessend seinen Blick wieder zurück auf Denis richtet. Auch wenn die Form der Datenerhebung keine genauen Schlüsse auf die effektive Fokussierung des Blickes der einzelnen Interaktionsteilnehmenden zulässt (Norris 2004: 38), ist diesem Blickverhalten nebst der Kontrollfunktion auch eine sprecherwechselkoordinierende Komponente (Stukenbrock 2015: 87) zuzuschreiben. Darüber hinaus reagieren Gerhard und Denis zwar beide nicht auf verbaler Ebene auf Eddies Frage; sie komplettieren die Paarsequenz allerdings

mimisch – und gehen in der unteren Darstellung von Abb. 17 lächelnd zur Koordination ihrer nächsten Gesprächssequenz über, welche von Gerhard initiiert wird („Ger: SÖLL_äh,[söll_äh ICH mache?]“).

Frank hingegen reagiert – die nonverbale Reaktion von Gerhard und Denis ist ihm auf Basis der beiden Kameraperspektiven aufgrund seiner Körperhaltung mutmasslich nicht zugänglich – nach einer Verzögerung auf die Aufmerksamkeitsaufforderung Eddies mit einer direkten Referenz auf das gesichtsbedrohende Potenzial von Eddies wiederholt gestellter Frage („fuck you are you are you making JOKES of me;“, Zeile 0016, Transkript 1) – und löst dadurch, zeitverzögert zu den anderen, die Aufmerksamkeitsaufforderung sowohl verbal als auch mittels seines Blickes ein.



Edd: wha (.) • WHAT are we doing,



(0.33) • (0.61)



Ger: SÖLL_äh, [söll_äh • ICH mache?]
 Fra: [fuck you • are you] [are you making JOKES of me;]
 Ger: [((unverständlich))]
 Den: [((unverständlich))]

Abb. 17: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 011–018 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Der Umstand, dass Frank Eddies Fragewiederholung direkt und überaus explizit auf sich bezieht, erhärtet die oben formulierte Vermutung, Eddies Frage(n) könnte(n) unter anderem indexikalisch auf ein Herstellen einer fokussierten Aufmerksamkeitssituation verweisen. Über die mikrostrukturelle Analyse hinaus markiert dieser Moment den Übergang zwischen dem interaktiven Geschehen in das (organisational) strukturiert-fixierte Gespräch; in den nächsten Turns wird die Interaktion in eine strukturierte Form übergeleitet, in welcher der interaktive Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess kreativer Hervorbringungen im Zentrum stehen wird. Beginnend mit Eddies Abschwächung der durch Frank direkt thematisierten Gesichtsbedrohung seiner vorangegangenen Wiederholung, bringt sich Gerhard wiederum in Stellung, einen längeren Turn einleiten zu können, und zwar, indem er auf die Sitzgelegenheiten zurückgreift und den Mobilitätsaspekt bearbeitet.



Abb. 18: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 019–028 von A_171116_K6_K7_Newspaper

In Abb. 18 ist insbesondere die Sequenzialität der Koordinierungsleistung seitens Gerhard hervorzuheben; während er parallel zu Eddies „NO“ Blickkontakt zu diesem aufbaut, schiebt er während Eddies nächster Intonationsphrase („*acting my AGE*“, Eddies Blick ist hier auf Frank gerichtet) hörbar den Stuhl, der links von ihm steht, von sich weg. Diese Handlung erscheint auf den ersten Blick beinahe arbiträr, kann bei näherer Betrachtung allerdings als Aufmerksamkeitsaufforderung im doppelten Sinne verstanden werden: Einerseits schafft sich Gerhard körperlich sichtbar Raum und andererseits auf auditiver Ebene durch das Scharren der Stuhlbeine auf dem Betonboden deutlich Gehör. In Abb. 18 ist unten links der Moment abgebildet, zu dem Gerhard einen ersten Versuch startet, eine Listenform antizipierend (Dankel/Satti 2019), mit dem fokusakzentuierten „*FIRST*“ eine längere Präsentationssequenz einzuleiten. An dieser Stelle der Interaktion wird deutlich, dass die vorherige Aufmerksamkeitsaufforderung durch das Stuhlücken eine konditionelle Komponente beinhaltete, die von denjenigen Interaktionsteilnehmenden, welche als Adressaten seiner nachfolgenden Ausführungen gelten, in irgendeiner Form bedient werden musste. Gerhards erneutes Ansetzen markiert demnach nicht nur den Übergang in einen längeren Turn, sondern auch, dass er anerkennt, dass seine konditionelle Relevanz, die er vorab durch das Rücken des Stuhls aufgebaut hat, durch Franks Blick eingelöst wird (Abb. 18 unten rechts).

In der Gesamtschau der Sequenz lassen sich mehrere Befunde festhalten, die hinsichtlich der Etablierung einer Aushandlungs- und Zuschreibungssequenz kreativer Hervorbringungen von Relevanz sind. Es wurde deutlich, dass die Interaktionsteilnehmenden sich räumlich in einer Art und Weise positionierten, die sowohl gegenseitige Sichtbarkeit als auch potenzielle Sichtbarmachung visualisierender Ressourcen ermöglicht (vgl. Seite 136f). Des Weiteren konnte nachgezeichnet werden, dass der Übergang in ein strukturiertes Interaktionsgeschehen in Form einer zeitlich terminierten Besprechungsform mit einer Rahmung des nachfolgenden Geschehens (Zeile 0006 in Transkript 1 auf Seite 140: „<<acc> *WHAT are we doing* >“,) stattfand. Weiterhin wurde dieser Übergang dadurch markiert, dass konkrete Aufmerksamkeitsfokussierungsaufforderungen an die Interaktionsteilnehmenden gerichtet wurden, deren Bewertung (siehe Kapitel 6.5) antizipatorisch relevant gesetzt wird. Darüber hinaus wurde herausgearbeitet, dass bereits in dieser makrostrukturellen Interaktionseinheit Aspekte der Mobilität sowie weitere Ressourcen als relevant markiert wurden, die später noch dezidiert im Zentrum stehen werden (Kapitel 6.4.1). Ein weiteres

Merkmal der Übergangssequenzen zu geplanten Austauschseinheiten stellt die Referenz auf bereits vorhandene Wissensbestände dar, welche den Rahmen des Austausches klar umreißen. Im oben diskutierten Beispiel reichte bereits der Name des Kunden, respektive des Wortes „news“ (Transkript 1, Seite 140, Zeile 0008), um sowohl den inhaltlichen Kontext als auch die Form zu klären, in welchen sich die Austauschsequenz bewegen wird.

6.3.1.2. Referenz auf geteilte Wissensbestände

Das nächste Beispiel verdeutlicht den Befund, der in der Schlüsselsequenz im Zuge der Analyse bereits angeklungen ist – und zwar, dass eine Referenz auf bestehende, geteilte Wissensbestände als Übergangsmarker zwischen vorangehendem Interaktionsgeschehen und fokussierter Austauschsituation genutzt werden kann. Die Sequenz stammt aus dem Terry-Korpus (siehe Datenerhebung „Terry“, Kapitel 3.3) nach dem Umbau des Kreativraumes (vgl. Abb. 2, Seite 39), involviert zwei Interaktionsteilnehmerinnen und bildet ein relativ frühes Stadium der Werbemittelentwicklung ab.

Zu Beginn der im Folgenden präsentierten Sequenz begeben sich die beiden Interaktionsteilnehmerinnen Geraldine (GER) und Hannah (HAN) aus einem Büro in den sogenannten Kreativraum der Agentur (vgl. Kapitel 3.4). Gerade weil die vorangegangene Analyse die Einflüsse der Raumstruktur und dadurch zentral die Sitzpositionen und Sitzhaltungen der Interaktionsteilnehmenden hinsichtlich der daraus resultierenden Mobilitätsaspekte im Fokus hatte, erscheint es in dieser Situationseröffnung wesentlich, im Hinblick auf die sich später anbahnende Interaktion auch in die Betrachtung miteinzubeziehen, wie die Interaktionsbeteiligten diese Positionen jeweils erreichen. In Form einer Layerdarstellung⁸³ (Abb. 19) wird

83 Eine überlagerte Darstellung von mehreren Bildern scheint mir in diesem Fall eine adäquate Lösung des bekannten Problems der Abbildbarkeit von Bewegungsabläufen in Texten zu sein (vgl. beispielsweise Stukenbrock 2009, Heath et al. 2010, Mondada 2012b). Das Bild versucht gar nicht erst, über die erzwungene Veränderung respektive partielle und vorstrukturierende Wiedergabe eines Realitätsausschnittes (vgl. den deutlichen Hinweis von Kesselheim/Hausendorf 2007: 347) hinwegzutäuschen, sondern sieht ebendiese technische Verzerrung als gegeben an und zielt darauf ab, ihre zusätzlichen Möglichkeiten auszunutzen. Die Darstellung gibt eine Bewegungssequenz wieder, ohne dabei auf eine Bildstrecke angewiesen zu sein – ist also dementsprechend platzsparend und gleichzeitig übersichtlich. Da dieses Verfahren der Abbildung meines Wissens bislang in der weder ausführlich diskutiert oder noch eingesetzt wurde,

unten illustriert, wie sich Geraldine und Hannah auf ihre Sitzpositionen hin bewegen und diese schliesslich einnehmen. Dabei sind die Modalitätsebenen des Bewegungsmodus und der Proxemik (Mondada/Schmitt 2010a: 26) besonders hervorzuheben, welche sich in der zielstrebigem Bewegungsqualität des Gehens einerseits und andererseits in den angestrebten Sitzpositionen verdichtet manifestieren. Die Blicke von Geraldine und Hannah sind auf ihrem Weg zu den Sitzpositionen diagonal nach vorn auf den Boden, respektive auf die angesteuerte Sitzposition gerichtet, es ist keine Kopfdrehung oder ein Andeuten eines Blickes in Richtung der anderen Sofas erkennbar und die Gehbewegung wird nicht durch ein orientierendes Zögern unterbrochen. All dies legt nahe, dass sich die beiden im Raum auskennen und sie der Umstand, einen leeren Raum vorzufinden, offenbar nicht irritiert. Zudem sind die Blätter, welche die beiden jeweils in der linken Hand mit sich führen, und die zügige Gangart sowie die Schrittlänge und die Körperneigung in der Drehbewegung hin zum Sofa, Indikatoren dafür, dass die beiden sehr zielstrebig ihre Sitzposition zu erreichen suchen.



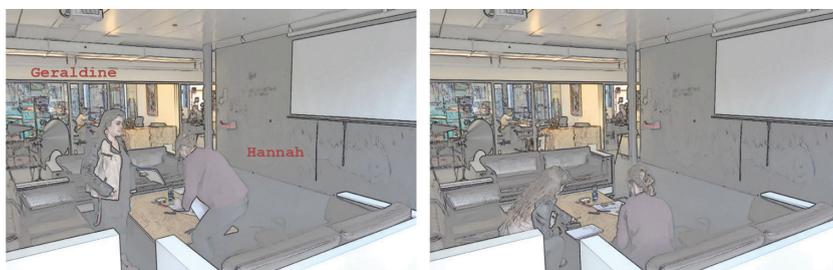
Abb. 19: Layerdarstellung der Bewegung von GER (links) und HAN (rechts) in den Kreativraum

wurde sie in Ermangelung eines besseren Begriffes „Layerdarstellung“ (vgl. Reinecke 2016: 30) genannt. Ein Layer beschreibt in der Bildbearbeitung eine Ebene, welche über das ursprüngliche Bild gelegt wird.

Betrachtet man die resultierenden Positionierungen von Geraldine und Hannah, fällt unter Berücksichtigung der Benutzbarkeitshinweise des Raumes auf, dass Geraldine, die vorausläuft, trotz des zügigen Ganges nicht diejenige Sitzgelegenheit wählt, welche für sie auf dem kürzesten Weg erreichbar wäre. Die Zielstrebigkeit und der zusätzliche Aufwand, welche sie und Hannah auf sich nehmen, um ihre Zielpositionen zu erreichen, werfen die raumanalytische Frage auf, welche Eigenschaften und Implikationen die angestrebte Sitzposition im Unterschied zu den hinter sich gelassenen und schneller zu erreichenden Sofasflächen mit sich bringt. Nebst dem offensichtlichen Umstand, dass sie dadurch das näher am Zugang stehende Sofa freilassen, so dass andere Personen es potenziell weiterhin benutzen können, stellen die von Geraldine und Hannah gewählten Positionen darüber hinaus auch bezüglich der Koordinierung, der Wahrnehmung und Wahrnehmbarkeit eine exklusive Stellung im Sitzplatzarrangement dar: Die von Hannah angestrebte Sitzposition erlaubt durch die Ausrichtung auf den Zugang des Raumes den grösstmöglichen Überblick über das Geschehen ‚ausserhalb‘ der innenarchitektonisch abgegrenzten Fläche (vgl. Kapitel 3.4.1). Im Umkehrschluss impliziert dies zweierlei: Einerseits vergrössert Hannah dadurch das Potenzial einer auf Blickkontakt basierenden, interaktionsinitiierenden Wahrnehmungswahrnehmung (Hausendorf 2001, vgl. auch Kapitel 6.3.2.2), andererseits ist sie selbst auch leichter zu sehen und damit auch zu beobachten als in anderen Positionen. Entgegen der Sitzposition von Hannah, welche den Blick auf das Geschehen ‚ausserhalb‘ des Raumes ermöglicht, besetzt Geraldine ein Sitzangebot, welches ihr einen optimalen Blick auf die Visualisierungselemente des Raumes bietet (siehe Kapitel Zwischen Präsentation und Repräsentation auf Seite 46). Rein auf Basis der Sitzposition lässt sich dies entweder darauf zurückzuführen, dass Geraldine in der Folge etwas gezeigt werden wird – oder darauf, dass sie im Fall, dass sie ihrerseits Hannah etwas zeigen wird, dabei nicht primär auf die Visualisierungselemente angewiesen ist, welche als räumliche Ressourcen in diesem Arrangement verfügbar sind. Darüber hinaus wird der Couchtisch von beiden Interaktionsteilnehmerinnen bereits zu diesem Zeitpunkt als konstitutive Ressource des Interaktionsgeschehens etabliert; beide sind im letzten Moment der Layerdarstellung im Begriff, ihre Blätter sowie die Stifte, die sie in der Hand halten, auf denselben abzulegen. Im Unterschied zum ersten Analysebeispiel in diesem Kapitel werden die Blätter so positioniert, dass sie gegenseitig verfügbar sind, und dadurch nebst den räumlichen Ressourcen als potenzielle Ressource(n) der Interaktion markiert. Während sich die beiden hinsetzen,

beginnt Geraldine, durch eine Referenz auf bestehende, geteilte Wissensbestände via Nennung des Namens des Kunden, einen Übergang in eine Austauschsequenz zu markieren (siehe Abb. 20).

Sowohl die Intonation als auch Geraldines anschließendes Lachen sowie Hannahs Lächeln sind starke Indikatoren dafür, dass ihre verbal ausgedrückte Freude über den Auftrag, der durch den Namen des Kunden referenziert wird, nur eingeschränkt als solche zu verstehen ist (Hartung 1998). Analog zum ersten in diesem Kapitel beschriebenen Beispiel löst auch hier die Nennung des Kundennamens keinen nächsten Slot aus, der zur Klärung des damit verbunden Auftrags auf inhaltlicher Ebene diene – Hannahs Reaktion auf die Nennung des Kundennamens bearbeitet nach einer Selbstkorrektur in einem ersten Schritt die organisationale Ebene („und wir ham au_no niemanden (höheren) beSTIMMT,“ Zeile 004, Transkript 2) der internen Verantwortlichkeit.



GER: JEE• (NAME DES KUNDEN); (0.62) °hh hahaha;
 HAN: ham_wa niemanden; (0.32) und wir ham au_no niemanden (höheren) beSTIMMT,•

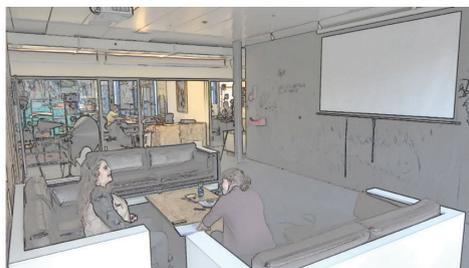


HAN: (1.54) ich hab aba_au_no NICHTS• ö:h mir überlegt, aba lustigerweise war das •(.)

Abb. 20: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–006 von T_171031_K1_Früchte

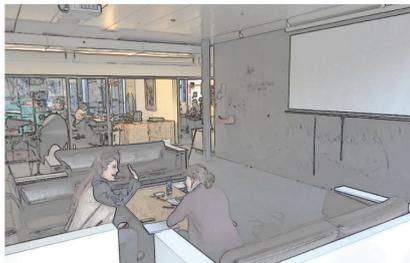
Dadurch wird einerseits markiert, dass über die Nennung des Kundenamens in diesem Moment keine weitere Information benötigt wird, um einen kohärenten, interaktiv anschlussfähigen Bezugsrahmen zu schaffen, auf den eine Austauschsequenz aufbauen kann. Des Weiteren lässt sich – selbst ohne weitere Hintergrundinformationen zu den beiden Personen – zudem bereits an dieser Stelle eine Asymmetrie in Bezug auf die Entscheidungsbefugnis konstatieren (und, davon abgeleitet, vermutlich auch ein hierarchisches Ungleichgewicht): Hannah informiert Geraldine über eine (noch) nicht erfolgte Tätigkeit eines „wir“, welches fähig ist, jemanden in einer diesen Kunden betreffenden Sache zu bestimmen.

Hannahs Blick ist während des oben beschriebenen Zeitraums (und darüber hinaus, siehe Abb. 20, bis und mit Bild unten links) auf den Couchtisch und die darauf positionierten Blätter von Geraldine gerichtet. Dies gilt auch für die längere Pause und ihre nächste Intonationsphrase („(1.54) *ich hab aba_au_no NICHTS ö::h mir überlegt*“, Zeile 005, Transkript 2). Die Verzögerungssignale (die 1.54 Sekunden lange Sprechpause und das gedehnte *ö::h*) lassen unter Einbezug der Kameraperspektive 2 (siehe Abb. 2, Seite 39) vermuten, dass Hannah, die während ihrer gesamten Intonationsphrase Geraldines Notizen zugewandt ist, auch fähig ist, diese partiell aufzunehmen; eine Vermutung, die mit dem Beginn ihrer nächsten Intonationsphrase bestätigt wird. Wie sich in Abb. 21 nachvollziehen lässt, wird die zuvor von Geraldine geteilt verfügbar gemachte Ressource der auf dem Couchtisch positionierten Blätter referentiell zur Transparentmachung eines weiteren anschlussfähigen Rahmens verwendet. Hannah verweist nicht nur mittels einer Zeigegeste der linken Hand, sondern auch auf verbaler Ebene durch das deiktische Demonstrativpronomen („*das*“) darauf, dass sie die durch Geraldine bereitgestellte Ressource (und den daraus resultierenden Referenzrahmen) teilt.

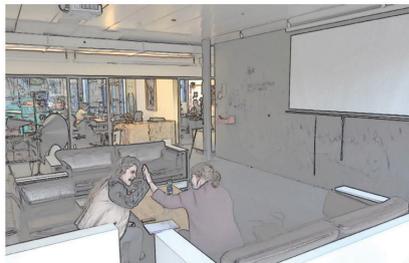


HAN: aba lustigerweise war das
GER:

•(.) [ERste wa,]
[°hh chi]



HAN: [das ERste • was ich DACHte;]
GER: [hahahaha]haha?



• [war genAU: das gleiche;]
[hahahahaha;]

Abb. 21: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 006–010 von T_171031_K1_Früchte

Dieser Verweis auf eine von ihr vorab getätigte ähnliche Überlegung zu der zu produzierenden Werbestrategie wird von Geraldine lachend begleitet, woraufhin sie die rechte Hand hebt und sie damit zum Abklatschen anbietet – eine Geste des gemeinsamen Erreichens eines Erfolgs⁸⁴, welche Hannah in der Folge (siehe Abb. 21 rechts unten) komplettiert. Hannahs Äusserung, die von Geraldine verfügbar gemachte Visualisierung ihrer Idee sei das Erste gewesen, was sie gedacht habe, erweitert das Spektrum der geteilten, anschlussfähigen Wissensbestände um eine zusätzliche Dimension – und lässt bereits in dieser Vorbereitungsphase eine Konsensorientierung (vgl. Kapitel 6.6) antizipieren.

Ohne zu stark Vorweggreifen zu wollen, sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die oben abgebildete Sequenz einen der seltenen Belege einer vom Normalfall abweichenden Konsensmarkierung darstellt, der entlang der

84 Die mutmasslich aus dem Sport stammt, vgl. Mooallem 2011.

Schlüsselsequenz in Kapitel 6.6.1 herausgearbeitet werden wird. Der in diesem Abschnitt im Vordergrund stehende Übergang von einem vorangegangenen interaktiven Geschehen zu einer Bearbeitung des inhaltlichen Kerns der Besprechung kann an der in Abb. 21 dargestellten Sequenz allerdings als geglückt angesehen werden. Die diskutierte Sequenz zeigt entlang der obigen Ausführungen zweierlei: Einerseits haben die Interaktionsteilnehmerinnen durch Referenz auf den Kund_innennamen eine Rahmung des nachfolgenden interaktiven Geschehens etabliert, welche die thematische Einordnung und Anschlussfähigkeit herzustellen (und, siehe Zeile 008, gar zu erweitern) vermochte. Darüber hinaus wurde in diesem Beispiel (analog zur vorab diskutierten Schlüsselsequenz) deutlich, dass die Interaktionsteilnehmenden bereits in dieser makrostrukturellen Interaktionseinheit auf interaktional relevante Ressourcen zurückgreifen und diese (man erinnere sich an die Sitzgelegenheiten in der Schlüsselsequenz) zur Überleitung in eine fokussierte Austauschsequenz nutzen. Darüber hinaus ist auch in dieser Sequenz die Relevanz der körperlichen Positionierung und des damit einhergehenden Interaktionsraumes sowie des Wahrnehmungsraumes hervorzuheben.

Transkript 2: T_171031_K1_Früchte (Zeilen 001-002)⁸⁵

001 GER: JEE (*NAME DES KUNDEN*);
 002 (0.62) °hh hahaha;
 003 HAN: ham_wa niemanden;
 004 (0.32) und wir ham au_no niemanden (höheren) bestIMMT,
 005 (1.54) ich hab aba_au_no NICHTs ö::h mir überlegt,
 006 aba lustigerweise war das (.) [ERste wa,]
 007 GER: [°hh chi]
 [hihahaha]haha?
 008 HAN: [das ERste was ich DACHte;]
 009 GER: [hahahaha;]
 010 HAN: [war genAU: das gleiche;]

6.3.1.3. Vorbesprechung – Elizitieren von Bewertungen

Ungleich der vorangegangenen Beispiele wird im Folgenden eine Sequenz diskutiert, in welcher nicht direkt in eine anschließende Besprechung

85 Die vorliegende Arbeit strebt eine Darstellungsweise an, in welcher der Analyseprozess so transparent wie möglich abgebildet wird. Daher werden die Transkripte in analytisch sinnvollen Blöcken präsentiert und nicht jedem Kapitel als Ganzes vorangestellt.

übergeleitet wird, sondern eine solche vorbereitet und gewissermassen vorbesprochen wird. Dadurch stehen weniger die Mechanismen der effektiven Überleitung (wie die Aufmerksamkeitsfokussierungsaufforderung, siehe Kapitel 6.3.1.1) im Fokus, sondern vielmehr die Illustration dessen, was im übergeordneten Kapitel unter dem Punkt (3) als Antizipation von Bewertungselizitationen zusammengefasst wurde (siehe Kapitel 6.3; Seite 136f) und in den oben dargestellten Sequenzen zwar erwähnt, aber nicht dezidiert im Zentrum stehend herausgearbeitet wurde.

Transkript 3: T_171019_K1_Laptop (Zeilen 018-035)

018 W: jo WAS _erzäl_n_ wa denn jez;
 019 (2.51)
 020 L: aso ZERSCH das mit de ↓zit;
 021 DE isch guet;
 022 (0.89)
 023 W: mit _m LAPtopmann;
 024 (0.5)
 025 L: ja und du chasch das au spann[end er][zähle;]
 026 W: [ja_][aber das]
 sollt man nich als ERstes rausholn,
 027 (0.4)
 028 L: ^nöd;
 029 (1.51) mOl denn hemmer gad_ echli es guets GFÜHL,
 030 =denn isch mr motivierter;
 031 (0.88) würsch nÖd mitm_ guete_ afange;
 032 (1.25) willsch_ mitm sch^Aiss afange;
 033 willsch mi vrARsche;
 034 (1.11)
 035 W: ja mal kUCKn_ ja ((unverständlich)),

Im Wesentlichen verständigen sich in der oben wiedergegebenen Interaktion die beiden Werbetexter_innen Lara und Walter durch die Thematisierung von drei Interaktionsaufgaben (Hausendorf 2010: 170) über die Rahmung der Interaktion: Was (1) wird in welcher Reihenfolge (2) von wem (3) getan?



W: jo WAS•erzähl_wa denn jez; (2.51) •
 L: DE isch guet;
 (0.89)

aso ZERSCH•das mit de izit;

Abb. 22: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 018–022 von T_171019_K1_Laptop

Selbst ohne Kontextualisierung und das daraus resultierende Wissen um den künftigen Gesprächsverlauf lassen sich rein auf Basis dieses Ausschnittes prospektive Annahmen über den Ablauf der anschließenden Besprechung ableiten. Walter bringt durch seinen ersten Turn (Zeile 018), obgleich er ihn als Frage formuliert, nicht nur die Rahmung der anstehenden Austauschsequenz zur Sprache, sondern legt auch schon wesentliche Eckpfeiler derselben fest; die nachfolgende Interaktion wird aus seiner Sicht ein Wir („*wa*“) (Ähnliches konnte bereits in der Schlüsselsequenz festgehalten werden, siehe Kapitel 6.3.1.1) umfassen, das einem implizit vorauszusetzenden Gegenüber *etWAS* mitteilt – und zwar erzählend („*erzähl*n“). Walter definiert demnach nicht nur, *wer* in der folgenden Besprechung etwas vermitteln wird, sondern auch gleich, *wie* dies geschehen soll. Sowohl aufgrund der Semantik des gewählten Verbs (Konopka/Wermke 2010: Lemma ‚erzählen‘) als auch gestützt auf eine breite Forschungsliteratur (vgl. insbesondere Sacks 1998a, 1998c, Hausendorf/Quasthoff 2005 und Fina/Georgakopoulou 2012, aber auch Goodwin 1984) können mehrere Erwartungen an die nachfolgende Gesprächssituation formuliert werden: ‚erzählen‘ impliziert eine Trennung zwischen erzählender und adressierter Person und macht weniger eine elaborative Bearbeitung eines Themas erwartbar als vielmehr eine darlegende/darstellende Situation.⁸⁶

86 Die übergeordnete Signifikanz des Erzählens innerhalb Werbebranche wurde in Kapitel 6.3 bereits erwähnt.

Dass die offen formulierte Frage nach dem „WAS“ des Erzählens auf einen konkreten thematischen Bereich abzielt, geht aus der Bewegung von Walters Händen hervor, die synchron dazu abläuft: Während er mit der rechten Hand einen Stift auf die Armlehne des Sofas legt, hebt er zeitgleich zum „WAS“ mit der linken Hand ein Papierbündel von der Sitzfläche des Sofas auf (Abb. 22, links). In der folgenden Pause fächert er die nun auf seinen Knien liegenden Papiere auf und blättert sie, seinen Blick darauf gerichtet, hörbar raschelnd durch (Abb. 22, mittlere Darstellung). Die Gleichzeitigkeit des Blätterhebens mit dem zentralen Fragewort wie auch die anschließende raschelnde Auffächerung der Blätter machen deutlich, dass es sich bei dem Papierstapel um ein „signifikantes Objekt“⁸⁷ (Mondada/Schmitt 2010b: 28) handelt, welches Walter auf mehreren Modalitätsebenen durch die Wahrnehmbarmachung seiner Wahrnehmung interaktiv etabliert (Hausendorf 2010: 175).

Lara reagiert sowohl auf die Einschränkung der Frage als auch auf das Durchblättern der Papiere: Sie dreht zu Beginn ihres Turns den Kopf zu Walter und hält während des Segmentes in Zeile 020 ihren Blick auf die Blätter gerichtet (Abb. 22, rechts), welche Walter durchblättern fokussiert. Zusätzlich zur Blickorientierung weist sie auch auf verbaler Ebene durch das deiktische Demonstrativpronomen („das“) darauf hin, dass sie den durch Walter etablierten Wahrnehmungsraum (und den dadurch resultierenden Referenzrahmen) teilt. Darüber hinaus reagiert sie auf verbaler Ebene auf das Auffächern und Durchblättern dahingehend, dass sie seine Frage nach dem „WAS“ mit einem Hinweis zur Reihenfolge („ZERSCH“) und nicht zum Inhalt beantwortet. Durch die in Zeile 022 geäußerte Begründung für den Vorschlag, „ZERSCH das mit de ↓zit“ zu erzählen, eröffnet Lara einen Einblick in ihre implizite Bewertungshierarchie: Aus ihrer Sicht sind die zu erzählenden Dinge nicht gleichwertig, sondern reichen von „guet“ bis hin zu „sch'Aiss“ (Zeile 032):

87 „Signifikante Objekte sind gegenständliche Mitkonstituenten von Interaktionsräumen, deren Zentrum und koordinativen Bezugspunkt sie temporär bilden. Sie besitzen auf Grund ihrer eigenen Spezifik koordinative Implikationen [. . .]. Signifikante Objekte erhalten ihre Relevanz jedoch erst auf Grund der Bedeutung, die sie für Beteiligte zu einem gegebenen Zeitpunkt für die Realisierung bestimmter Aktivitäten besitzen.“ (Mondada/Schmitt 2010b: 28)



W: mit_m LAPtopmann;
(0.5)
L: ja und du chasch das au spann[end er][zähle;]
W: nich als ERstes rausholn, [ja_][aber das]sollt man
(0.4)
L: ^nöd;•
(1.51) m0l denn hemmer gad echli es guets GFÜHL,
=denn isch mr motivierter;
(0.88) würsch nöd mitm guete_afange;
(1.25) willsch mitm sch^Aiss_afange;
willsch mi vrARsche; (1.11)•
W: ja mal kUCKn_ja ((unverständlich)),

Abb. 23: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 023–035 von T_171019_K1_Laptop

Anhand des oben abgedruckten Ausschnittes lässt sich auf mehreren Ebenen festmachen, dass die Bewertung der zu präsentierenden Ideen und der Papierstapel als strukturierende Elemente der Abfolge einerseits und der Sprecherrolle andererseits etabliert werden.

Walter scheint die Bewertungshierarchie von Lara zu teilen (Zeile 026), hat aber Vorbehalte gegenüber dem von ihr vorgeschlagenen Einstieg, mit dem ‚Guten‘ anzufangen. Es lässt sich dementsprechend festhalten, dass Walter die wertende Unterteilung der zu präsentierenden Vorschläge ebenfalls als relevanten Faktor für die Präsentationsabfolge ansieht, wenn auch aus anderen Gründen. Während Lara annimmt, dass ein Einstieg mit dem ‚Guten‘ darin resultieren würde, dass die beiden ein gutes Gefühl und einen entsprechenden Motivationsschub haben werden, weist Walter den Einstieg mit dem ‚Guten‘ aus rhetorischen Gründen zurück (im Sinne eines bewussten Zurückhaltens einer Hervorbringung, die man aufgrund der intendierten Wirkung nicht als Erstes „*rausholn*“ sollte). Beide gehen allerdings davon aus, dass diejenigen Hervorbringungen, welche sie für „*guet*“ befinden, auch von ihrem Gegenüber als „*guet*“ empfunden werden – weshalb sie aus ‚strategischen‘ oder emotionalen Gründen in einer bestimmten Reihenfolge präsentiert werden sollten.

Die diskutierte Sequenz legt also nahe, dass die beiden nicht nur vor­gängig einen Konsens darüber hergestellt haben, welche Hervorbringungen überhaupt präsentiert (oder erzählt) werden sollen, sondern sich auch über die Bewertung der einzelnen Ideen verständigt haben. Dies setzt den Austausch, auf welchen sich Lara und Walter gerade vorbereiten, in einen grösseren Rahmen von Aushandlungs-, Evaluations- und Entscheidungsprozessen, welche in ihrer Gesamtheit der Auslotung des kreativen Potenzials der Werbespotideen dienen (vgl. hierzu auch Kapitel 6.6.2). Daraus lässt sich ein Befund für die vorliegende Studie ableiten, der an dieser Stelle bereits als relevanter Hinweis darauf dient, dass der Entscheid, ob, wie und wann etwas als kreativ gelten kann, sowohl interaktiven (siehe Kapitel 5.5), als auch prozessualen (siehe Kapitel 5.3) Charakter hat. Dieser Befund wird in späteren Kapiteln noch dezidiert im Vordergrund stehen (siehe Kapitel 6.5 sowie 6.6)

Anhand der Personalpronomina lässt sich festmachen, dass in der obigen Sequenz nicht nur die Frage bearbeitet wird, *was in welcher Reihenfolge*, sondern insbesondere auch, *von wem* es präsentiert werden wird. Lara untermauert ihren Vorschlag, mit dem ‚Guten‘ zu beginnen, durch den Hinweis, dass Walter („du“ Zeile 025) dies spannend erzählen könne. Dadurch nimmt sie einerseits das von Walter eingeführte Erzählen als konstitutiven Modus⁸⁸ auf (siehe Zeile 018, Transkript 3), koppelt daran aber andererseits auch die Abfolge an einen konkreten Sprecher. Walters Erwiderung ist unpersönlich formuliert („das sollt man nich“ Zeile 026), woraufhin Lara vom Wir („hemmer“ Zeile 029, „mr“ Zeile 030) über die im Konjunktiv verwendete 2. Person Singular („würsch“ Zeile 031) zum Du zurückkehrt („wilsch“ Zeile 032 sowie Zeile 033). Sie markiert dadurch deutlich, dass sie die eigentliche Entscheidungskompetenz der Abfolge bei Walter sieht, und impliziert, dass er als Entscheidender auch die Rolle des Erzählenden einzunehmen hat.

Diese Rolle wird Walter nicht nur indirekt von Lara zugeschrieben, sondern auch von ihm selbst dadurch mitetabliert, dass er über die rollenkonstituierende Ressource selbst verfügen kann. Wie bereits oben herausgearbeitet wurde, stellt der Papierstapel ein materielles Sediment des Referenzrahmens dar, auf welchen sich Lara und Walter in der Diskussion um die Abfolge beziehen. Walter ist bis und mit Zeile 033 auf diese Blätter orientiert und richtet seinen Blick erst in der Pause in Zeile 034 (siehe Abb. 23 links), kurz vor seinem Turn, zu Lara, während diese ab Zeile 028 durchgehend in

88 Dies unterstreicht die in Kapitel 6.3 unter Befund (2) erwähnte Relevanz des Erzählens ganz konkret.

Walters Richtung orientiert ist und zu ihm spricht. Entscheidend ist, dass Walter kurz nach Laras Turn „*aso ZERSCH das mit de ↓zit*“ (Abb. 22) damit begonnen hat, die Blätter sukzessive von ihr abzuwenden, bis sie (siehe Abb. 23 rechts) nicht mehr ohne grundlegende Veränderung der Körperhaltung dazu in der Lage zu sein scheint, diese einzusehen. Walter unterstreicht durch die Ausrichtung und Betrachtung der Blätter die Asymmetrie, welche durch Laras Personalpronomenverwendung schon angedeutet wurde: Er hat es wortwörtlich in der Hand, Einblick in die Blätter zu gewähren, und etabliert sich dadurch als Entscheidungsinstanz über die Blätter im manifesten und über die darauf festgehaltenen Hervorbringungen im symbolischen Sinne.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die sich anbahnende Besprechung von Walter und Lara weniger als ein freier Austausch gleichberechtigter Parteien markiert wird, sondern vielmehr als strukturierte Erzählsituation, in der sowohl die Abfolge der zu ‚erzählenden‘ Teile als auch die erzählende(n) Person(en) vorab ausgehandelt werden. Darüber hinaus etablieren Walter und Lara zwei zentrale interaktionsstrukturierende Elemente: den Papierstapel und die (übereinstimmende) Bewertung der eigenen Ideen. Beide Elemente weisen über die obige Sequenz hinaus auf den Evaluationsprozess (siehe Kapitel 6.5) hin, welchem die Hervorbringungen ausgesetzt waren, sind und sein werden (Kapitel 6.7).

Dies präzisiert die Bemerkungen, welche eingangs getätigt wurden: Bei der auf diese Sequenz folgenden Situation scheint es sich zwar um eine strukturierte Interaktion zu handeln, die je nach Definition unter das Konzept der Sitzung (konkreter sogar als „backward-oriented meeting“, vgl. Holmes/Stubbe 2015: 63) gefasst werden kann, allerdings durch den Modus des Erzählens eine zusätzliche Rahmenkomponente erhält, die sich nicht so leicht in eine übergeordnete Kategorie einreihen lässt. Die Sequenz stützt zudem den in Kapitel 6.3 unter Punkt (3) beschriebenen Befund, dass bereits in den Überleitungssequenzen eine Interaktionsfortsetzung antizipiert wird, in welcher Bewertungen elizitiert werden.

6.3.2. Übergang zu ungeplanten, zeitlich nicht fixierten Austauschsequenzen

Der Übergang zu zeitlich nicht terminierten Austauschsequenzen weist ebenfalls die in dem übergeordneten Kapitel beschriebenen Mechanismen auf (siehe Kapitel 6.3), lässt aber gerade Aspekte der herzustellenden Anschlussfähigkeit

an das vorab stattfindende interaktionale Geschehen akzentuiert hervortreten. Im Folgenden wird herausgearbeitet, wie die Begründungspflicht für Austauschsequenzeröffnungen mittels Referenz auf im Feld etablierte Kreativtechniken erfüllt werden kann (Kapitel 6.3.2.1). Entlang einer zweiten Sequenz wird nachgezeichnet, wie sich der raumanalytisch eruierte Gegensatz zwischen Arbeit und Erholung (Kapitel 3.4.3) in Interaktion manifestiert – und dass der Übergang in ungeplante Austauschsequenzen an der das Untersuchungsfeld bestimmenden Effizienzmaxime und damit verbundenen Zeitknappheit (vgl. Krämer 2014: 266) scheitern kann.

6.3.2.1. *Brainstorm – Referenz auf im Feld etablierte Kreativtechnik*

Die erste Sequenz, welche in der Folge dargestellt wird, findet im Büro der beiden CD statt (vgl. siehe Kapitel 3.6.3) und wird nach einer knappen Stunde des Schweigens folgendermassen eingeleitet:

Transkript 4: A_171115_K6_Surf (Zeile 001)

001 F: oh lets brainstorm;=

Die explizite Aufforderung zur gemeinsamen Ideengenerierung via Referenz auf eine seit den 50er Jahren bekannten Methode (vgl. Clark 1958, Krämer 2014: 205–217) ist ein paradigmatisches Beispiel dafür, wie ein lokaler Kreativitätsdiskurs verbal eingeleitet werden kann. Ungeachtet der Kürze und vordergründigen Einfachheit lassen sich – ohne jedweden Kontext oder Kenntnis um den weiteren Gesprächsverlauf – bereits aus diesem Turn strukturierende Befunde ableiten: Die Aufforderung zum *brainstormen* involviert das aktive Miteinbeziehen eines Gegenübers, das mit der Person, welche die Äusserung vollzieht, in einen interaktiven Austausch tritt. Dabei ist grundsätzlich festzuhalten (und dies ist, wie der interdisziplinäre Überblick in Kapitel 4 aufgezeigt hat, in seiner interdisziplinären Verortung keineswegs ein banaler Befund), dass es sich bei der Sequenz um eine interaktive handelt und höchstwahrscheinlich mindestens eine weitere Person involviert ist. Blendet man den Fall eines Selbstgespräches aus, hat die Äusserung deutlichen Aufforderungscharakter und produziert einen Zugzwang, der eine transparente Aufmerksamkeitsdarstellung des Gegenübers einfordert, sofern diese zum Zeitpunkt der Äusserung nicht bereits hergestellt ist. Schliesslich eröffnet die Äusserung strukturell betrachtet nicht nur einen *trp* (Sacks et al. 1974) und etabliert einen thematischen Bezugsrahmen für die nachfolgenden Turns, sondern setzt darüber hinaus eine interaktive Sequenz des fokussierten Austausches konditionell

relevant, deren Nichtbeachtung oder Nichtbedienen eine Begründungspflicht erwarten lässt. Nimmt man die direkt auf die Äusserung folgenden zwei Intonationsphrasen in die Betrachtung mit auf, lässt sich das Element der Aufmerksamkeitsfokussierungsaufforderung deutlich bestätigen.

Transkript 5: A_171115_K6_Surf (Zeilen 001-004)

001 F: oh lets brainstorm;=
 002 =eddie,
 003 E: <<sehr leise> hm.>
 004 (0.96)

Der namentliche Aufruf mit steigender Tonhöhenbewegung am Intonationsphrasenende bekräftigt in Kombination mit der anschliessenden Pause die These, dass für die elizitierte interaktive Sequenz des *brainstormings* eine Aufmerksamkeitsfokussierung des Gegenübers relevant gesetzt wird – und diese, wie im obigen Beispiel ersichtlich, auch explizit eingefordert werden kann, wenn sie nicht erfolgt. Zieht man die visuelle Ebene hinzu (Abb. 24), gestaltet sich die Sequenz folgendermassen:

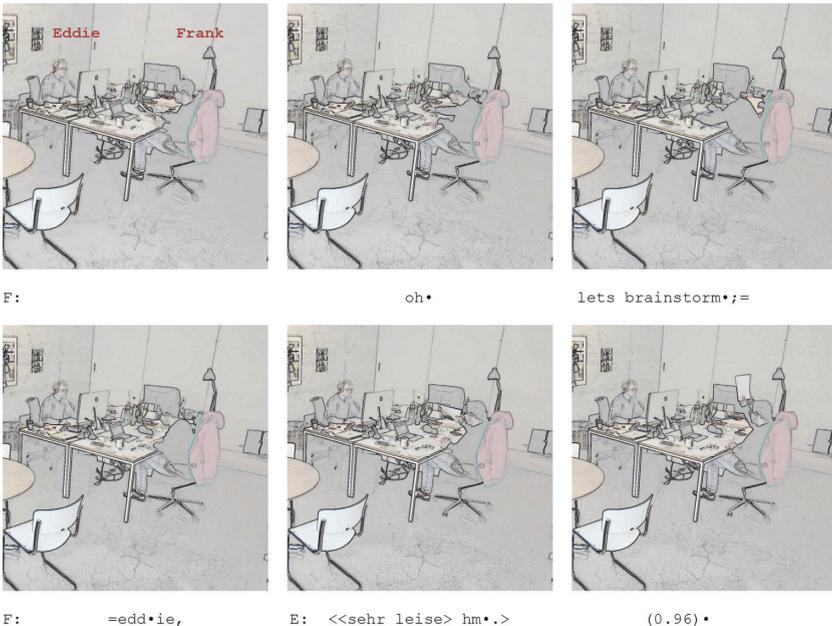


Abb. 24: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–003 von A_171115_K6_Surf

Aus den Abbildungen wird ersichtlich, dass sich Frank bereits während des initialen *oh* körperlich in eine seinem Gegenüber nähere Position bringt und somit nicht nur verbal, sondern auch proxemisch eine Aufmerksamkeitsfokussierungsaufforderung generiert. Die beiden Bildschirme, welche die Personen trennen, verhindern dabei allerdings einen direkten Blickkontakt – so dass der Positionswechsel des Oberkörpers während der Namensnennung in Zeile 002 dadurch kontextualisiert werden kann, dass Frank sich durch sein Aufrichten eine bessere Sicht auf und zugleich Sichtbarkeit für Eddie verschafft. Des Weiteren wird durch das Hinzuziehen der visuellen Ebene offenbar, dass die verbale Pause in Zeile 002, multimodal betrachtet, primär eine verbale Auszeit (Schmitt 2004) darstellt; Frank markiert in den 960 Millisekunden ein „signifikantes Objekt“ (Mondada/Schmitt 2010b: 28), das den Rahmen des vorab angekündigten *brainstormings* konkretisiert.

Die obige Sequenz erweitert die im vorangegangenen Kapitel herausgearbeiteten konstitutiven Elemente zur Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses um ein zentrales Element: Die nachfolgende Interaktion wird nicht auf inhaltlicher Ebene, sondern via Referenz auf eine institutionell verankerte Methode/Technik als eine interaktive, auf Austausch fokussierte markiert. Die Begründungspflicht für die Eröffnung der Interaktionssequenz wird demnach insofern eingelöst, als diese Referenz auf das Brainstorming in der Interaktionskonstellation der beiden CD als solche bereits zu genügen scheint. Die anschließende Aufforderung zur Aufmerksamkeitsfokussierung und der damit verbundene Einstieg in eine interaktive Sequenz sowie die Relevantsetzung interaktiver Ressourcen für ebendiesen Diskurs können, analog zu den vorab diskutierten Beispielen, als exemplarische Befunde für die im Korpus auffindbaren Interaktionssequenzen der Aushandlung kreativer Hervorbringungen betrachtet werden.

Die Sequenz entfaltet sich, wie nachfolgend beobachtet werden kann, durch eine direkte Elizitierung einer nachfolgenden Bewertungssequenz; ein Befund, der im übergeordneten Kapitel bereits erwähnt und entlang vorangegangener Beispiele (insbesondere exemplarisch in 6.3.1.3) illustriert wurde:

Transkript 6: A_171115_K6_Surf (Zeilen 001-006)

001 F: oh lets brainstorm;=
 002 =eddie,
 003 E: <<sehr leise> hm.>
 004 (0.96)
 005 F: (0.96) do you DIE for the good news;
 006 (0.81) because i think it NEEDS to be this _from a
 concept point of view;=



F: (0.96) do you •DIE for the good news; (0.81) because i think it •NEEDS to be
this_from a concept point of view;=

Abb. 25: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 004–005 von A_171115_K6_Surf

Entlang der obigen Abbildung kann nachvollzogen werden, dass der Ausdruck, welchen Frank in seiner rechten Hand hält, Eddie bereits bekannt ist – Frank nennt, eine zustimmende Antwort Eddies erwartbar setzend, nur den Titel⁸⁹ der Hervorbringung, ohne auf konkrete Details der Gestaltung einzugehen. Die beiden in Abb. 25 abgedruckten Intonationsphrasen Franks sind demnach auch nicht dezidiert der makrostrukturellen Interaktionseinheit der Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses (Kapitel 6.1) zuzuordnen, da im Zuge ihrer Realisierung bereits zwei Hervorbringungen präsentiert werden (siehe Kapitel 6.4) und eine konkrete Bewertung (Kapitel 6.5) eingefordert wird. Nichtsdestotrotz geht mit der – da auf einen geteilten Wissensrahmen abgestützt – sehr kurzen Präsentationssequenz eine Selbstevaluation (siehe Kapitel 6.4.3) einher, in deren Zuge konkrete Aspekte der Hervorbringung („*from a concept point of view*“) als Bewertungsaspekt relevant gesetzt werden.

Zusammenfassend lässt sich entlang obiger Sequenz festhalten, dass die Etablierung eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses kreativer Hervorbringungen via im Korpus wiederkehrend anzutreffende Referenz auf eine bekannte Kreativtechnik erfolgte – und, aufgrund des geteilten Wissensrahmens um die Hervorbringung(en), ein fließender Übergang zwischen den verschiedenen makrostrukturellen Interaktionseinheiten

89 Die Titelseetzungen sind als Referenzrahmen in mehrfacher Hinsicht interaktionskonstitutiv, siehe hierzu Kapitel 6.4.3.1.

vonstattenging. Des Weiteren liessen sich die Befunde (1) und (3) (Kapitel 6.3) auch in diesem Falle verdichten.

6.3.2.2. *Gescheiterter Übergang – Begründungspflicht*

Das nächste Beispiel für einen Übergang zu einer ungeplanten Besprechungssequenz stammt aus dem „Terry-Korpus“ (vgl. Kapitel 3.3) und soll hier in der Folge zur Illustration des Aspektes der Begründungspflicht dienen, welche im Übergang zu ungeplanten Austauschsequenzen in gesteigertem Masse als Prämisse gelten kann. Anders als in den vorangehenden Beispielen glückt in dieser Sequenz der Übergang in einen interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozess kreativer Hervorbringungen nicht.

Zum Zeitpunkt der weiter unten abgebildeten Layerdarstellung (Abb. 26) sitzt der Werbeagenturmitarbeitende (er wird hier und im Folgenden Max genannt) bereits über 10 Minuten im sogenannten Kreativraum der Agentur. Die Sitzhaltung von Max ist in Anbetracht der gegensätzlichen Benutzbarkeitshinweise des Raumes in Richtung Arbeit einerseits und Erholung andererseits (vgl. Kapitel 3.4.3) besonders erwähnenswert. Eine liegende Sitzhaltung wird durch die Möblierung durchaus nahegelegt – die niedrige Sitzhöhe und die tiefe Sitzfläche bieten sich in Kombination mit der Couchtischoberfläche, die sich auf derselben Höhe befindet, und dem geringen Abstand zwischen Sofa und Tisch geradezu für diese Sitzhaltung an. Obwohl eine liegende Sitzhaltung mit hochgelagerten Füßen in kompetitive Arbeitsumfeldern (Koppetsch 2006a: 171–176) selten mit konzentrierter Tätigkeit in Verbindung gebracht wird, befindet sich Max, wie er auf verschiedenen Ebenen deutlich markiert, bei der Arbeit. Den Blick starr nach unten auf den Laptop gerichtet, verharrt er in einer konzentrierten Haltung: Indem er nicht nur Kopfhörer trägt, welche die Ohrmuscheln abdecken, sondern auch noch eine Mütze, die er über die Ohren gezogen hat, isoliert er sich gleich doppelt von seinem auditiven Umfeld. Vervollständigt werden die auf eine Arbeitstätigkeit verweisenden Elemente durch den Block mit handgeschriebenen Notizen, der rechts von ihm auf dem umgekippten Seitenkissen des Sofas liegt. Durch die externen und internen Ressourcen markiert Max auf verschiedenen Modalitätsebenen, dass es sich bei seiner Sitzhaltung wortwörtlich um ein konzentriertes ‚Versinken‘ in seine Tätigkeit handelt. Hierin zeigt sich ein deutlicher Gegensatz zu der durch seine Sitzposition nahegelegten Ausrichtung auf Interaktion.



Abb. 26: Versetzte Wahrnehmung / Layerdarstellung (Abstand zwischen den Positionen beträgt 500ms)

Bei Betrachtung der Layerdarstellung (Abb. 26) wird erkennbar, wie sich ein zweiter Mann von rechts nach links entlang des Zuganges zum Raum bewegt und 0,7 Sekunden lang in Max' Richtung blickt. Da er später noch eine Rolle spielt, wird er hier und im Folgenden Remo genannt. Ob Max den Blick erwidert, geht aus den Daten nicht hervor – durch die lineare Anordnung des Laptops und von Remos Position kann eine Fokussierung des einen oder anderen nicht mit Sicherheit ausgeschlossen werden (Norris 2004: 38). Auch wenn eine Wahrnehmungswahrnehmung (Hausendorf 2001) nicht definitiv bestätigt werden kann, ist doch gesichert, dass sowohl Remo Max wahrgenommen hat als auch umgekehrt. An der letzten Position der Layerdarstellung reagiert er Max auf das Vorübergehen Remos, indem er beginnt, die Finger der rechten Hand leicht anzuheben, um in der Folge innerhalb von 600 Millisekunden viermal hintereinander auf das Touchpad seines Laptops zu tippen. Diese Bewegung ist für Remo unbemerkt – er hat zu diesem Zeitpunkt seinen Blick schon wieder in Laufrichtung gewendet –, aber aus einer analytischen Perspektive zentral für die Konstitution der Situationseröffnung. Max bereitet sich dadurch auf die Eröffnung der Situation vor: Das sehr schnelle, viermalige Tippen weist darauf hin, dass er einen Prozess beenden oder ein Programm schliessen will und die Reaktion auf

den Eingabefehl nicht abwarten kann oder möchte. Direkt nach dem letzten Tippen wendet er den Kopf vertikal nach oben, leicht lateral nach links, und ruft Remo, der weiterhin in seine Laufrichtung orientiert ist, bei dessen Vornamen. Remo, der sich zum Ende der Namensnennung schon links ausserhalb des Kamerawinkels befindet, komplettiert die Eröffnungssequenz mit einem fragenden „jA,“:

Transkript 7: T_160121_K3_Navis (Zeilen 001-030)

001 M: ((ruft R beim Namen))
 002 R: jA,
 003 M: (<<p>wart>)(0.91)hesch DU
 004 =ich_bi gad_am die;
 005 änglische nAvis durelose;
 006 =hesch du das_schoma,
 007 R: NAI,
 008 (1.17) han_i_nid;
 009 R: (0.79) (ich bi_gad) gar kei ZIT
 010 höhö;
 011 R: (0.6) chA_mer das_eich irgendöpper ufn LINK du:e,
 012 woni DRUF chum;
 013 M: jA_s_isch im_ä: ((Name eines Mitarbeiters))
 sim DINGS_sis;
 014 R: =chUmi da vo EXtern druf;
 015 M: WEND fau_pe_en::
 016 R: ja_Oke;=
 017 j[A denn isch perfekt;]
 018 M: [(ieä) denn_müssts]goh.
 019 R: Aso guet;
 020 [JA,]
 021 M: [a s_isch]s_es isch VIEL:_un_un_s_isch,
 022 s_isch o_chli,
 023 s_isch nO,
 024 =es isch_EICH isch_s no z_unübersichtlich;
 025 =und ich finds a_aso ich finds ez nOni würlkli;
 026 R: a da gIb_da dusch ema FEEDbacke;
 027 M: JA_ich bi drAh;
 028 =aber ebe es_isch_sch_sch
 029 R: jo;
 030 (0.35) †Oke.

Während das leise gesprochene „wart“ semantisch zwar auf Remo bezogen ist, allerdings noch zum Laptop hin gesprochen wird, beginnt Max in der anschließenden Pause damit, die auf „Vereinzelung“ (Linke 2012: 209) verweisenden Elemente aufzulösen und sich auf die Fortführung der Interaktion vorzubereiten (siehe Abb. 27). Unterstützt von einer durch die seitlich abgewinkelten Ellenbogen ausladend wirkenden, sichtbar machenden Bewegung, verschiebt er die Kopfhörer von den Ohrmuscheln auf den Schläfenbereich. Gleichzeitig hebt er den Kopf noch weiter vertikal nach oben und markiert so deutlich die Orientierung vom Laptop und seiner bisherigen Tätigkeit weg hin zu seinem Gegenüber. Die restlichen Elemente und Modalitätsebenen (wie beispielsweise die Sitzhaltung), welche oben hinsichtlich des konzentrierten Versinkens in die Tätigkeit erwähnt wurden, bleiben (noch) unverändert.



```

M: ((ruft R beim Namen))
R: jA,
M: (<<p>wart>) (0.91)
  • hesch DU mal im,
  =ich_bi gad_ • am die;;
  änglische nAvis durelose;
  =hesch du das_schoma,
R: NA1,
  (1.17) han i nid;
  (0.79) (ich Bi_gad)
  gar kei ZIT•

```

Abb. 27: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–009 von T_160121_K3_Navis_001-030

Die Verschiebung der Kopfhörer und die dadurch markierte Auflösung der auditiven Isolation wird in der Folge nochmals durch das Hochschieben der Mütze verstärkt, wodurch Max im wortwörtlichen Sinne ein offenes Ohr zeigt. Parallel zum Hochschieben findet auf der verbalen Ebene ein Wechsel (Zeile 003 f, Transkript 7) des Personalpronomens statt – ein Wechsel, der nicht nur syntaktisch auffällig ist, sondern gerade aufgrund des zuvor diskutierten Gegensatzes zwischen Arbeit und Erholung Erwähnung finden muss. Max unterbricht die initial in Zeile 003 begonnene Frageformulierung (erkennbar durch die Verberststellung und die hebende Intonation) durch eine Erklärung seiner jetzigen („*ich _bi gad_am die;*“

Zeile 005) Tätigkeit und macht nicht nur durch die Auflösung der auditiven Isolation, welche durch die Ellenbogen vergrößert wird, sondern auch auf der verbalen Ebene ‚accountable‘, dass er bislang einer auditiv-rezeptiven Arbeit nachgegangen ist.

Remo hat sich nach seiner Antwort (Zeile 007, Transkript 7) in Bewegung gesetzt und kommt nun auf Max zu (Abb. 27, rechts), welcher währenddessen seinem Stift den Deckel aufsetzt. Nach den Kopfhörern und der Mütze ist dies nun das dritte Element, durch welches er indexikalisch auf seine bisherige Arbeitstätigkeit verweist und damit gleichzeitig markiert, dass er diese nun zwecks längerer Interaktion zu unterbrechen gedenkt. Bei Remo lässt sich das genaue Gegenteil beobachten. Während Max ab Zeile 003 konsequent auf Remo orientiert ist und seine Bewegungen nachverfolgt, richtet sich Remos Fokus auf das Mobiltelefon in seiner rechten Hand. Der dadurch entstehende Eindruck der Arbeitsfokussierung wird auch auf der verbalen Ebene unterstrichen (siehe Zeile 009). Erst am Ende der Erklärung, wieso er sich bislang die Audiodateien noch nicht angehört habe, richtet sich sein Blick wieder auf Max. Während in den zuvor in diesem Kapitel diskutierten Beispielen eine sequenziell organisierte, Ko-Orientierung auf einen Gegenstand nachgezeichnet werden konnte, handeln die Interaktionsbeteiligten in dieser Sequenz multimodal betrachtet gegenläufig: Im Falle von Max kann eine klare Ausrichtung auf eine fokussierte Interaktionskonstellation beobachtet werden, während Remos körperliche (und verbale) Ebene die Interaktion als eher vorübergehende markiert.

Anhand der Reaktion von Max wird deutlich, dass zu diesem Zeitpunkt seine Etablierung eines interaktiven Austauschrahmens (noch) nicht als gescheitert angesehen werden kann: Unmittelbar nach dem Wort „ZIT,“ stemmt er sich mit beiden Händen aus der liegenden Haltung in eine aufrecht sitzende Position (vgl. Abb. 27). Die Veränderung der Sitzhaltung hat sowohl implikative als auch interaktionskonstitutive Folgen: Die schnelle Bewegung kann als Zugeständnis an den Zeitkommentar von Remo verstanden werden, sodass Max seine liegende Haltung nicht mehr als adäquat empfindet und diese schnellstmöglich zu adaptieren sucht. Interaktionskonstitutiv ist die Änderung der Sitzhaltung in dem Sinne, dass sie die Voraussetzungen der weiteren Interaktion verändert. Sie verringert den Höhenunterschied zwischen Max und Remo und bearbeitet gleichzeitig die Asymmetrie der Mobilitätsressourcen. Während Remo sich frei bewegen, drehen und ausrichten kann und dadurch auch jederzeit in der Lage ist, die Interaktionskonfiguration zu verändern oder gar aufzulösen, ist Max durch

den Laptop auf seinen Oberschenkeln noch immer an eine sitzende Position gebunden – und daher sowohl lokomotorisch als auch bezüglich der Axialausrichtung deutlich eingeschränkter. Im Rahmen dieser begrenzten Möglichkeiten unterstreicht Max durch das Aufrichten proxemisch sein Interesse an einer längeren Interaktion, welches er auf den anderen Modalitätsebenen bereits signalisiert hat, wie anhand der Blickausrichtung, der Kopfhörer und des Stiftes bereits nachgezeichnet wurde.



R: hō•hö;
 (0.6) chA mer das_eich irgendōpper ufn LINK• du:e,
 woni DRUF chum;
 M: jA s_isch
 ((Name eines Mitarbeiters)) sim DINGS_sis; im_ä:•
 R: =chUmi da vo EXtern druf;
 M: WEND fau_pe_en::;

Abb. 28: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 010–015 von T_160121_K3_Navis_001-030

Remo geht darauf allerdings nur bedingt ein: Zwar nähert er sich Max noch ein paar Schritte, doch schon bevor er zum Stehen kommt, dreht er seinen Kopf und den Oberkörper von Max weg und richtet die Äusserung in Zeile 011 (siehe Abb. 28, mittlere Darstellung) auf den Zugang des Raumes.

Aus der Formulierung von Remos Anliegen, das verbal (Remo fragt nicht, ob Max ihm einen Link bereitstellen könnte, sondern ob „irgendōpper“ dies tun könne) und taxisch nicht auf Max bezogen ist, sowie dem Umstand, dass Max dennoch mit grosser Wahrscheinlichkeit der Einzige sein dürfte, der den Satz in der vorgetragenen Lautstärke hören und anhand des Relativpronomens („das“) an das bisherige Gespräch anschliessen kann, ergibt sich eine Divergenz. Diese unterstreicht den ‚hierarchischen‘ Unterschied zwischen den beiden Interaktionsteilnehmern, welcher schon auf positioneller Ebene beobachtet wurde. Dieser Befund ist durchaus als analog zu den vorangegangenen Sequenzen zu betrachten – die Asymmetrie der Entscheidungsbefugnis impliziert ebenfalls eine Bewertungshierarchie, welche eine der Prämissen für die späteren Austauschsequenzen darstellt (siehe Kapitel 6.3). Remo ist ganz offensichtlich in einer Position, welche es ihm

ermöglicht, eine persönliche Bereitstellung der Dateien zu verlangen und dies nicht in Form einer Bitte, sondern als Entscheidungsfrage zu formulieren, die aufgrund des gewählten Modalverbes eine affirmative Antwort erwartbar macht. Max leitet seinen Turn denn auch mit einer positiven Antwort ein („jA“, Zeile 013), gefolgt von einem Verweis auf das „dings“ eines Mitarbeiters, in welchem sich die Dateien befänden. Zu Beginn des Turns in Zeile 013 dreht Remo seinen Kopf zurück in die Richtung von Max, welcher, sobald Remo ihn ansieht (siehe Abb. 28, rechts), auf verbaler Ebene ins Stocken gerät. Das verzögernde „ä:“ lässt sich daher nicht nur als Marker für den nachfolgenden Namen als das „[. . .] Wort mit dem höchsten Mitteilungswert“ (Keseling 1989: 582 f.) verstehen, sondern durch die Simultaneität mit dem in diesem Moment auf ihn gerichteten Blick (Abb. 28, rechte Darstellung) auch als Ausdruck einer dadurch hervorgerufenen Unsicherheit gewertet werden, was einen weiteren Hinweis für die hierarchische Struktur darstellen würde. Nachdem Remo klargestellt hat, dass er auch „vo EXtern“ (Zeile 014, Transkript 7) auf die Dateien zugreifen kann, wenn er eine gesicherte Verbindung verwendet (VPN¹), leitet er auf mehreren Ebenen das Ende der Interaktion ein.

Betrachtet man in einem ersten Schritt nur die verbale Ebene, dann scheint Remos Turn auf Zeile 016 und 017 (Transkript 7) ein klassisches „pre-closing“ (Schegloff/Sacks 1973) darzustellen: Durch die fallend intonierte Äusserung „ja_Oke;=jA denn isch perfekt;“, vergewissert er sich, dass das bislang gesprächsbestimmende Thema auch für Max abgeschlossen ist, ohne ein weiteres zu eröffnen (ebd.: 304). Max gibt daraufhin, ebenfalls mit fallender Intonation, das Rederecht im Sinne eines „return ‘pass’“ (ebd.) wieder zurück und bestätigt damit, dass es keinerlei „unmentioned mentationables“ (ebd.) mehr gibt. Auf die daraus resultierende Überlappung der Turns reagiert Remo mit einem weiteren „pre-closing“ (ebd.: 303) „Aso guet;“.

Stellt man allerdings die körperlich-räumliche Ebene dem „pre-closing“ (ebd.) gegenüber, das auf verbaler Ebene scheinbar reibungslos abläuft, dann ergibt sich ein Bild, das sich nur schwer als „[. . .] a *collaboration* on the shutting down of a topic [. . .]“ (ebd.: 306) beschreiben lässt.



Abb. 29: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 016–025 von T_160121_K3_Navis_001-030

Mit dem Beginn seines Turns (Zeile 016, Transkript 7; Abb. 29, links) hat sich Remo von Max abgewandt und begonnen, aus dem Raum hinauszugehen. Daher wendet er bis einschliesslich Zeile 019 (Abb. 29, mittlere Darstellung) Max den Rücken zu und entfernt sich immer weiter von ihm. Die Auflösung der bisherigen Konfiguration wird einseitig eingeleitet, Remo bedient sich keinerlei sichtbarer Rückversicherungs- oder Steuerungselemente (Hausendorf 2010: 182), welche Max in den Auflösungsprozess einbeziehen würden. Hinsichtlich Remos Bewegung kann also von einem einvernehmlichen, gleichberechtigten Abschliessen des bisherigen Themas nicht die Rede sein – vielmehr unterstreicht er im Rückgriff auf die asymmetrisch zugängliche Ressource der Mobilität die von ihm angestrebte Beendigung des Gesprächs. Darüber hinaus impliziert die rückversicherungsfreie Bewegung auch, dass Remo für sich in Anspruch nimmt, das Gespräch auf diese Art und Weise, welche in vielen Situationen als unhöflich gelten dürfte, beenden zu können, und erhärtet dadurch den oben schon angedeuteten Eindruck einer hierarchischen Differenz zwischen den beiden Interaktionsteilnehmenden.

Entgegen der von Remo verbal und motorisch markierten Intention, die Interaktion zu beenden, reagiert Max auf das zweite „pre-closing“ (Schegloff/Sacks 1973: 303) „Aso guet;“ nicht mit einer abschliessenden Formulierung, sondern dadurch, dass er einen weiteren Aspekt der Thematik zur Sprache bringt (siehe Zeile 021). Remo reagiert (Abb. 29, rechts) lokomotorisch und taxisch auf die Turnübernahme von Max: Er verlangsamt seinen Schritt und dreht sich zumindest soweit zu Max zurück, dass er in

einem rechten Winkel zu seiner Sitzposition zum Stehen kommt. Da sich Remo in der Übergangszone zwischen dem ‚Raum‘ und dem restlichen Teil des Gebäudes befindet (siehe Kapitel 3.4) und eine neutrale Axialorientierung einnimmt, die weder aus dem Raum hinaus noch auf Max gerichtet ist, kann festgehalten werden, dass die von ihm dadurch (wieder) hergestellte Interaktionskonstellation eher vorübergehenden Charakter hat (vgl. hierzu Mondada 2022).

Max schlägt indessen den Bogen zum Anfang der Interaktion und untermauert in Zeile 021 bis 025 (Transkript 7) zum ersten Mal auch verbal in Form einer Deskription seiner bisherigen Erkenntnisse zu den englischen Navigationsdateien, dass er bislang einer produktiven Arbeitstätigkeit nachgegangen ist. Er setzt insgesamt siebenmal zu einer Beschreibung des von ihm bearbeiteten Datenmaterials an („*s_isch [...]* *es_isch [...]* *s_isch*“ in Zeile 021, „*s_isch [...]*“ in Zeile 022, „*s_isch [...]*“ in Zeile 023, „*es_isch_EICH_isch_s*“ in Zeile 024) und hebt dabei sowohl den Umfang (Zeile 021) als auch die Unübersichtlichkeit (Zeile 024) desselben hervor. Das dritte Element seiner Beschreibung (Zeile 025) führt er nicht nur verbal aus, sondern ergänzt es mit einer differenzdarstellenden Geste (siehe Abb. 29, rechts), wodurch er das Ende seines Turns und somit den „transition-relevant point“ (Sacks et al. 1974: 704) markiert. Gleichzeitig eröffnet er Remo aber auch die Möglichkeit, seinen syntaktisch unabgeschlossenen Turn in Form einer Ko-Konstruktion (Bolden 2003, Lerner 2004) zu vervollständigen.

Remos Turn (Zeile 026) stellt allerdings weder auf verbaler noch auf gestischer oder blicklicher Ebene (Bolden 2003) eine Ko-Konstruktion dar. Anstatt den vorherigen Turn zu ergänzen, verweist er (unter der Annahme, dass er das Prinzip der lokalen Kohärenz nicht vollständig missachtet) mittels der Aufforderung, ein Feedback zu erstellen („*dusch_ema FEEDbacke*“ Zeile 026), auf den Wunsch nach einer strukturierteren Form der Zusammenfassung und Einschätzung. Dadurch impliziert der Turn retrospektiv einerseits die Unzulänglichkeit der zuvor vorgetragenen Deskriptionen und unterläuft andererseits die von Max intonatorisch und gestisch hervorgehobenen Hinweise auf den Umfang seiner bisherigen Arbeitstätigkeit.



Abb. 30: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 026–025 von T_160121_K3_Navis_026-030

Gleichzeitig kündigt Remos Turn durch die Formulierung prospektiv ein Vertagen des Gespräches auf einen späteren Zeitpunkt („[. . .] *dusch ema* [. . .]“) an (vgl. diesbezüglich auch Kapitel 6.5.3), was durch die mit dem Ende seines Turns eingeleitete Auflösung der Gesprächskonstellation, indem er sich axial von Max abwendet, und die darauf folgende Gehbewegung aus dem Raum hinaus unterstrichen wird.

In seinem abschliessenden Turn mobilisiert Max noch einmal ein ganzes Bündel an modalen Ressourcen, um auf seine Arbeitstätigkeit hinzuweisen. Auf verbaler Ebene beginnend markiert er durch die elliptische Verlaufsform „JA_ich bi drAh;“, sich ‚hier-und-jetzt‘ bei der Arbeit zu befinden, und doppelt das personaldeiktische „ich“ durch die während des „drAh“ ausgeführte Geste der linken Hand (siehe Abb. 30, links) deiktisch nach. Während der syntaktisch unabgeschlossenen Äusserung „aber ebe es_isch_sch_sch“ (Zeile 028) richtet Max den Blick zurück auf den Laptopbildschirm, führt die linke Hand zum Gesicht, bedeckt mit ihr seinen Mund und hebt gleichzeitig mit der rechten Hand den rechts neben sich befindlichen Stapel von Notizblättern hoch, um ihn sogleich wieder niederzulegen.⁹⁰ Durch all diese Elemente wird keine konkrete Arbeitstätigkeit erledigt; vielmehr machen die innerhalb von weniger als zwei Sekunden vollzogenen Handlungen eine Reihe derjenigen Ressourcen erneut relevant, welche im Verlauf der Interaktion sukzessive zu Gunsten einer Gesprächsorientierung in den Hintergrund geraten sind. Darüber hinaus dienen der haptische Kontakt mit den Blättern, das

90 Das Bündeln eines Papierstapels oder auch das Hochheben und Niederlegen desselben ist ein häufig zu beobachtendes „pre-closing“- oder auch „turn-taking“-Signal in Situationen (mündlicher Kommentar von Prof. Dr. Linke).

Einnehmen einer konzentrationsmarkierenden Pose und der auf den Laptop gerichtete Blick einer Form von Neukonstitution und Neuorientierung des Interaktionsraumes, der gerade eben durch Remo aufgelöst wurde, und demonstrieren leicht versetzt, dass Max schon dabei ist zu arbeiten, wie er auf verbaler Ebene bereits angekündigt hat.⁹¹ Auf Max' ‚*being busy*‘, das er auf verschiedenen Modalitätsebenen aufwändig dargestellt hat, folgt jedoch keine wirkliche Gegenreaktion – ab Zeile 027 (Transkript 7) bewegt sich Remo unablässig weiter aus dem Raum hinaus. Zum Zeitpunkt seines abschliessenden Turns befindet er sich schon an einer Stelle, an der nicht mehr mit Sicherheit davon ausgegangen werden kann, dass er sich überhaupt noch im Blickwinkel von Max befindet.

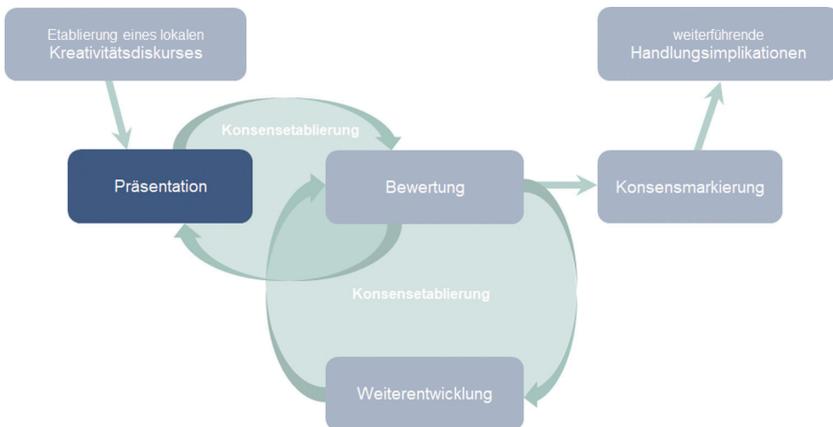
Das diskutierte Beispiel wirft ein Schlaglicht auf die Aspekte der räumlichen Orientierung, der Mobilität und des Verfügbarmachens zentraler Ressourcen, die sich bereits in den vorherigen Beispielen als relevant herauskristallisiert haben. Vordergründig betrachtet, scheitert die eigentliche Überleitung in eine fokussierte Austauschsequenz, welche potenziell der Ver- oder Aushandlung kreativer Hervorbringungen dienen könnte, allerdings nicht an diesen Ressourcen oder der konkret vorliegenden Asymmetrie, sondern vielmehr an der Produktionslogik der Werbebranche und dem damit einhergehenden Aspekt des Beschäftigtseins. Wie Krämer (2015) herausgearbeitet hat, ist die in Werbeagenturen vorherrschende parallele Projektstruktur, gekoppelt mit der hohen Produktionsfrequenz, stark von einer zeitlimitierenden Ordnung (Luhmann 1992: 338, Koppetsch 2006a, 2006b) geprägt, welche wiederum das Verhalten der Mitarbeiter_innen beeinflusst. Analog zu den ethnographischen Untersuchungen Krämers (2014, 2015, 2017) kann das am obigen Beispiel exemplarisch herausgearbeitete ‚*doing being busy*‘ bei der Interaktionsteilnehmenden über das gesamte Korpus hinweg beobachtet und dergestalt bestätigt werden. Dringlich beschäftigt zu sein, ist im untersuchten Datenmaterial ein konstitutives Element der Selbstdarstellung im Feld (vgl. hierzu auch Krämer 2014: 355–357). Umso deutlicher kristallisiert sich im Nachvollzug der Sequenz eine Genealogie des Scheiterns eines Überganges heraus – während Remo bereits zu Beginn der Sequenz klar markiert, dass er beschäftigt sei und keine Zeit habe, betreibt Max auf verschiedenen Modalitätsebenen einen nicht unbeträchtlichen Aufwand, um Referenzen des Beschäftigtseins herzustellen – und im gleichen Zuge Remo zu einer

91 Analog zu Sacks (1984) „On doing ‘being ordinary’“ liesse sich formulieren, dass hier ein ‚*doing being busy*‘ zu beobachten ist.

fokussierten Austauschsequenz zu bewegen. Dadurch rückt allerdings das eigentlich zu verhandelnde Anliegen, nämlich die von Max erwähnten Navigationsdateien, in den Hintergrund und eine längere, inhaltliche Austauschsequenz kommt nicht zustande.

Im Zuge der exemplarischen Darstellung von Überleitungssequenzen erhellt das obige Beispiel auf diese Weise den Aspekt der Begründungspflicht in besonderer Masse. Anders als im ersten Beispiel in der Kategorie der ungeplanten Austauschsequenzen, stößt Max auf expliziten Widerstand und hat dem Aspekt der Zeitnot kein äquivalentes Argumentarium entgegenzusetzen. Abgeleitet davon (und auch dies zeigt sich im Korpus an verschiedenen Stellen) involviert die Begründungspflicht für eine sich anbahnende ungeplante Austauschsequenz im untersuchten Kontext nicht nur die Relevanzdarstellung des zu verhandelnden Inhalts, sondern auch – aufgrund der im Kontext vorherrschenden und durchaus als systemisch angelegt zu betrachtenden konstanten Knappheit an zeitlichen Ressourcen – die Darstellung einer Dringlichkeit ebendieser Verhandlung.

6.4. Präsentationssequenzen



Ist die Überleitung in einen lokalen Kreativitätsdiskurs geglückt, konnte also ein interaktiver Rahmen etabliert werden, in welchem längere, thematisch kohärente Turns vorbereitet, spezifische interaktionale Ressourcen relevant gesetzt und Bewertungselizitationen erwartbar gemacht wurden (siehe Kapitel 6.3), so folgt in dem Modell, das auf Grundlage der dieser Studie zugrundeliegenden Daten entwickelt wurde (siehe Kapitel 6 und 6.1), die makrostrukturelle Interaktionseinheit der Präsentation kreativer Hervorbringungen. Diese zeichnet sich unter anderem dadurch aus, dass ein (in seltenen Fällen auch zwei) Interaktionsteilnehmende_r längere, thematisch kohärente Turns produziert bzw. produzieren und in diesem Zuge eine Hervorbringung vorstellt bzw. vorstellen. Die Hervorbringung wird darüber hinaus oftmals bereits in dieser Interaktionseinheit durch die Präsentierenden selbst evaluiert – ein Befund, der insbesondere für das in dieser Studie leitende Forschungsinteresse von zentraler Bedeutung ist. Die dergestalt von den Präsentierenden selbst vollzogenen wertenden Rahmungen sind nicht nur prospektiv relevant (vgl. Kapitel 6.5), sondern lassen sich auch als *accomplishments* einer Praxis (siehe Kapitel 6.4.3) verstehen, auf welche von den Interaktionsteilnehmenden zwar indexikalisch Bezug genommen wird, im konkreten Vollzug jedoch stets aufs Neue diejenigen Wertaspekte (Hartung 2000) in den Vordergrund rückt, welche durch ihre Relevanzsetzung über den spezifischen Fall hinaus auf eine grundsätzliche Relevanz dieses Wertaspekts im untersuchten Umfeld der in der Kreativwirtschaft anzusiedelnden Werbebranche verweist. Dadurch ermöglichen insbesondere die Selbstevaluationen (Kapitel 6.4.3) einen schlaglichtartigen Einblick in die Maßstäbe, welche in Austauschsequenzen durch die Präsentierenden selbst an die Hervorbringungen herangetragen werden. Die in der Folge exemplarisch in Form von Mikroanalysen dargestellten Präsentationssequenzen und damit verbundenen (Be-)Wertungsebenen umfassen dabei zentrale kategoriale Aspekte, welche die arbeitsheuristische Definition von Kreativität (siehe Kapitel 5.6) stützen – und partiell erweitern (Kapitel 6.4.3.2).

Entlang der Schlüsselsequenz (siehe Kapitel 6.2) wird mikroanalytisch herausgearbeitet, wie die Interaktionsteilnehmenden mit einer der zentralen interaktiven Herausforderungen solcher Austauschsequenzen umgehen: der Sicht- und Verfügbarmachung von Konzepten, Ideen, Visualisierungen oder Szenen, welche noch nicht in materialisierter Form vorliegen. Da es sich um zu diskutierende Werbemittelkonzeptionen handelt, die deshalb (noch) nicht in veranschaulichendem Format vorliegen, können die Interaktionsteilnehmenden oftmals nicht auf konkrete externe Ressourcen

zurückgreifen, welche ihre Ideen visuell zu vermitteln vermögen. Wie die Analysen zeigen werden, stützen sich die Präsentierenden zur Bewältigung dieser interaktiven Herausforderung auf die in den Überleitungen relevant gesetzten Ressourcen und ergänzen sie mit den körperlichen Bordmitteln der Kommunikation, wodurch unter anderem auch räumliche, kinetische und dadurch mobilitätsbedingte Komponenten eine zentrale Rolle spielen. Die nachfolgenden Analysen werden nachzeichnen, dass daraus eine Verkörperung (Arnold 2012, Streeck et al. 2013) der Hervorbringung in und durch die (körperliche) Darstellung derselben resultieren kann, in deren Zuge die Präsentierenden mittels Depiction (Birkner/Ehmer 2013, Keevallik 2014, Clark 2016) und Enactment (Sidnell 2006, Berger/Pekarek Doehler 2015) den physischen Raum und dessen Ressourcen mit imaginierten (Ehmer 2011, Stukenbrock 2012a) Konstrukten überlagern. Auf diese Weise etablieren sie interaktiv anschlussfähige mentale Ressourcen (vgl. Kapitel 6) und stellen diese für den weiteren Interaktionsverlauf lokal zur Verfügung (siehe Kapitel 6.5.1 und 6.5.5.1).

Zusammengefasst wird in diesem Kapitel entlang der Präsentationssequenzen also gezeigt werden,

- (1) dass die Präsentierenden zur Darstellung ihrer Hervorbringungen nicht nur auf interaktive Ressourcen zurückgreifen, sondern auch lokal anschlussfähige, mentale Ressourcen (siehe Kapitel 6.1) etablieren, welche auch Raumstrukturen umfassen können.
- (2) dass die Präsentierenden ihre Hervorbringungen selbstevaluativ in einen Kontext stellen, der auf die arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition verweist.

Auf die Schlüsselsequenz, entlang welcher beide Befunde im Zuge zweier Präsentationssequenzen skizziert werden (Kapitel 6.4.1 und 6.4.2), folgt eine weitere mikroanalytisch extensiv aufgearbeitete Sequenz (6.4.2.2), in welcher Befund (1) nochmals in den Fokus gestellt wird. Darauf folgend wird der Befund (2) entlang verbaler (6.4.3.1) und körperlicher (6.4.3.2) Selbstevaluationssequenzen vertieft.

6.4.1. Schlüsselsequenz – Der Typ und die Kamera

Der nachfolgende Ausschnitt aus der Schlüsselsequenz (siehe Kapitel 6.2) schliesst direkt an die Überleitung in die zeitlich fixierte Besprechung an,

die in Kapitel 6.3.1.1 dargestellt wurde: Gerhard, der im Begriff ist, nun seine erste Idee für einen Werbespot einer überregionalen Zeitung zu präsentieren, hat sich zu diesem Zeitpunkt der Aufmerksamkeit aller Beteiligten (und dezidiert auch derjenigen von Frank) versichert und die Produktion eines längeren Turns vorbereitet. Der Vollständigkeit halber werden auch die ersten Turns seiner Präsentation abgedruckt, die, wie das unten ersichtliche Transkript 8⁹² verdeutlicht, zögerlich beginnt.

Transkript 8: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0028-0040)

0028 Ger: this (so far) has not a title YET but;
 0029 (0.24) (good/could) (.) AND:: ;
 0030 (0.23) its BASEd on this-
 0031 Edd: deutsch,
 0032 Ger: (0.16) tschuldigung JA;
 0033 (0.28) basiert uf dere HEADline,
 0034 (0.58) woni deby gha han WÄR äh;
 0035 (0.39) wer nid mitrede chan muss vrDAMMT guet ussgseh;
 0036 (1.36)
 0037 Ger: UND äh;
 0038 (0.99)
 0039 Ger: ((Hüsteln 0.4 Sek))(0.94) JA genau äh: (-)
 das machen wir jetzt und zwar ähm;
 0040 (1.67)

Für die anschließende Präsentation seiner ersten Hervorbringung sind im obigen Ausschnitt zwei Beobachtungen als konstitutiv zu konstatieren, wobei der erste Punkt den sprachlichen Wechsel seitens Gerhards umfasst, der zweite die Erzählperspektive. Wie Transkript 8 entnommen werden kann, äussert Eddie die explizite Aufforderung, von Englisch auf Deutsch zu wechseln (Zeile 0031), woraufhin Gerhard zunächst auf Schweizerdeutsch fortfährt, um dann in Zeile 0039 in ein Schweizerisches Hochdeutsch überzuleiten. Der Varietätenwechsel verweist hier nicht nur auf eine diglossiebedingte, funktional-sprachliche Anpassung an eine potenzielle Situationsadäquatheit (Hägi/Scharloth 2005, Christen et al. 2010), sondern hat darüber hinaus auch Sprecher_innenadressierungsfunktionalität im Sinne

92 Das Transkript der gesamten in diesem Kapitel verhandelten Sequenz findet sich am Ende des Kapitels unter Transkript 9 auf Seite 194.

eines *recipient design* (Sacks et al. 1974: 727, Goodwin 1984: 228, Schmitt/Knöbl 2013). Die Mehrsprachigkeit der Interaktionsteilnehmenden, die jeweils unterschiedliche Erstsprachen haben,⁹³ lässt in Kombination mit dem Blickrichtungsverhalten und der Körperausrichtung von Gerhard in Zeile 0036 darauf schliessen, dass der Varietätenwechsel auch mit einer Adressierungsfunktion einhergeht. Nach einem längeren, gegenseitigen Blickaustausch mit Frank und einer damit verbundenen Oberkörperorientierung seitens Gerhards wechselt Letzterer in der darauffolgenden Intonationsphrase in Franks Erstsprache – und verbleibt darin auch über die restliche Ausführung (siehe Transkript 9) hinweg. Diese mehrere Modalitätsebenen umfassende Fokussierung auf Frank und die damit einhergehende Adressierung an ihn verdichtet die bereits hervorgehobenen Befunde (siehe Kapitel 6.3.1.1 und die darin ausgeführten vorangegangenen Aufmerksamkeitsaufforderungen) einer Antizipation und Elizitierung von Bewertungshandlungen durch ebendiesen.

Der zweite Punkt betrifft den Wechsel der Personalpronomina: Gerhard markiert in Zeile 0034 durch das „*woni*“ (*was/welches ich*) ein Agens in der ersten Person Singular, das sich auf ihn selbst bezieht. Simultan zum oben beschriebenen Varietätenwechsel geht dieses Agens in Zeile 0039 in ein unspezifisches *wir* über, das *jetzt* im Vollzug sei, etwas zu machen. Dieser Wechsel ist interaktionskonstitutiv in dem Sinne, dass Gerhard an dieser Stelle eine Rahmung etabliert, welche ein in diesem Moment noch unspezifisches Gegenüber in die Präsentation⁹⁴ miteinbindet und, wie sich nachfolgend zeigen wird, eine animierte Redesituation (Sidnell 2006: 382, Ehmer 2011: 63) vorbereitet.

93 Eddies L1 ist Englisch, perzeptiv ist er aber sowohl des Schweizerdeutschen als auch des Schweizerischen Hochdeutschen mächtig. Frank ist in Deutschland sozialisiert, versteht allerdings Schweizerdeutsch und spricht Englisch.

94 Man könnte, den weiteren Interaktionsverlauf vorwegnehmend, auch von einem Veranschaulichungsverfahren (Brünner/Gülich 2002), respektive einem Szenario (Brünner/Gülich 2002: 36, Ehmer 2013: 5) sprechen.



Ger: wir sehen •# eine GRUPpe, (0.34) →
die eine angeregte diskussion über die WELTpolitik;



(0.25) irgendwo in einem restauRANT # an einem tisch → •
(.) mit jungen erwachsenen; (1.14)



und da ist #der EIne typ →; •

Abb. 31: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0041–0045 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Abb. 31⁹⁵ illustriert, wie Gerhard seine Idee für den Werbespot interaktiv im realen Raum verankert (respektive *grounded*, vgl. Liddell 1995: 25 f.), in dem sich die Interaktionsteilnehmenden zum Zeitpunkt seiner Ausführung befinden. Dabei findet keine Origoverschiebung (Stukenbrock 2015: 469) im engeren Sinne statt; Gerhard zeigt weder in oder an einem imaginären Raum etwas auf, noch gibt er eine Beschreibung eines effektiven, aber (noch) nicht sichtbaren Raumes ab (wie beispielsweise in Mondada 2013c), sondern überlagert vielmehr die vorhandenen räumlichen Ressourcen mit mentalen.

In einem ersten Schritt („*wir sehen eine GRUPpe*“, Zeile 0041, Transkript 9) deutet Gerhard personaldeiktisch eine semiotische Doppelung⁹⁶ an, welche sich in den darauffolgenden Turns verdichtet. Parallel zum *wir* vollzieht Gerhard mit seiner linken Hand eine deiktische Geste, welche unter dem Aspekt des Verweisraums unspezifisch auf die Tischplatte, aber auch auf die anwesenden Personen bezogen⁹⁷ werden kann (siehe Abb. 31, obere Darstellung). Auf Basis der Gestik ist selbst unter mikroanalytischer Berücksichtigung des Bewegungsablaufes zu diesem Zeitpunkt nicht eindeutig festzuhalten, inwiefern der Verweisraum auf das *wir* der Äußerung oder auf *eine GRUPpe* zu beziehen ist⁹⁸ – gleichzeitig wird dadurch keine

- 95 Um die Bewegungsabläufe sichtbar zu machen, wurde die Abbildung mit Pfeilen versehen. Der Anfangspunkt der Bewegung ist im Transkript durch ein Rautensymbol # markiert, der Endpunkt wird durch den Endpfeil → dargestellt. Die Position des Bildes ist durchgängig mit einem Punkt • im Transkript signalisiert. Gestische Bewegungen, wie in der mittleren Darstellung, wurden mittels eines Motiontrackingverfahrens auf Basis der Opensource-Software GIMP, Blender (Blender Development Team 2022), einem Python-Script (van Rossum 2022) und dem Statistiktool R ermittelt, in mehreren Schritten exportiert und danach als zusätzliche Ebene auf das Bild gelegt. Diese aufwändige technische Umsetzung soll eine möglichst transparente Nachvollziehbarkeit relevanter Bewegungen ermöglichen.
- 96 Damit ist nicht die zur Konstitution eines *Wir* relevante Unterscheidung zwischen Nicht-Ich und Ich gemeint (siehe Benveniste 1974: 60), sondern eine multimodale Form der Mehrdeutigkeit des damit Bezeichneten: Erzähltheoretisch formuliert (Ehmer 2011: 61) besteht an dieser Stelle eine Ambivalenz zwischen Erzählwelt und erzählter Welt (Genette 1998).
- 97 Die Uneindeutigkeit der (Zeige-)Geste kann in Kombination mit dem Blickrichtungsverhalten auch dem Umstand geschuldet sein, dass im westeuropäischen Kulturraum noch immer beobachtbar ist, dass ein Zeigen mit ausgestreckter Zeigefingergeste tabu ist (Müller 2010: 197). Dadurch erhalte die Blickreferenzialität einen noch gewichtigeren Status.
- 98 Der Stroke der Geste ist simultan zu *wir*, die Geste wird aber ein weiteres Mal synchron zum Fokusakzent *eine GRUPpe* artikuliert.

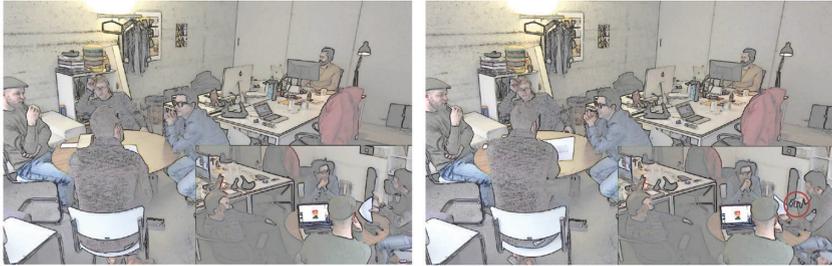
der beiden Referenzoptionen ausgeschlossen. Dass sich die Geste auf die ko-präsente Gruppe beziehen lässt (und damit, vereinfacht ausgedrückt, ein geteilter Wahrnehmungskontext konkretisiert wird, vgl. Hausendorf 2001), wird durch sein Blickverhalten gestützt: Gerhards Blick schweift, die Zeigegeste weiterhin aufrechterhaltend (aus der Perspektive der Kamera 7 – siehe Abb. 7 auf Seite 58), die Intonationsphrase begleitend, von links nach rechts über die anwesenden Personen (Abb. 31 obere Darstellung).

Im Verlauf der nächsten Intonationsphrase („*die eine angeregte Diskussion über die WELTpolitik*“, Zeile 0042, Transkript 9) löst Gerhard die vorab aufrechtgehaltene Geste auf, wechselt den Blätterstapel in die linke Hand und richtet sich simultan zum Nomen *Diskussion* auf. Die nachfolgende Ambiguität des Adverbs *irgendwo* (vgl. zu Vagheitsindikatoren Brünner/Gülich 2002: 41) bringt er dabei körperlich und insbesondere gestisch in einen Zusammenhang mit dem realen Raum; seine Hand beschreibt eine den Tisch umfassende Bewegung und zeichnet in diesem Zuge einen Radius inkludierter Personen in die am Tisch sitzende Runde. Der von ihm verbal beschriebene *tisch* (Zeile 0043, Transkript 9) wird darüber hinaus sowohl hinsichtlich des Verweis- als auch des Suchraums deiktisch konkretisiert – Gerhard zeigt mit seiner Hand simultan zur Äußerung *tisch* auf den Tisch, an dem die Interaktionsbeteiligten sitzen (Abb. 31, mittlere Darstellung). Die Handhaltung wird über die nachfolgende Mikropause hinweg gehalten und erst beim Wort *junge* wieder aufgelöst. Dadurch verdeutlicht Gerhard auf körperlicher Ebene die semiotische Doppeldeutigkeit seiner Äußerung; zur Illustration des Tisches seiner Erzählung wird gestisch der Tisch relevant gesetzt, der sich im räumlichen Arrangement der Interaktion direkt vor ihm befindet.

In der letzten in Abb. 31 dargestellten Intonationsphrase blickt Gerhard simultan zum verbalen Lokaldeixiskorrelat *da* auf seine eigenen Oberschenkel (ein Blick, der in der Gesamtschau des multimodalen Ablaufformats der Deixis in dieser Sequenz als selbstreferenziell gelten darf) und rückt analog zur verbalen Realisation „*der Elne typ*“ (Zeile 0045, Transkript 9) mit seinem Stuhl vom Tisch weg. Da eine verweisende Geste fehlt, übernimmt in diesem Fall der Blick die verweis- und suchraumspezifizierende Funktion und verankert das Lokaldeiktikon referenziell auf Gerhards eigenen Körper.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in dem in Abb. 31 illustrierten Ausschnitt eine sequenziell aufbauende, multimodale Verortung der zu imaginierenden Erzählsituation im physisch vorhandenen Raum erfolgt. In diesem Zuge werden autodeiktische Pronomen (*wir*), aber auch spezifizierende Selbstbeschreibungen (*eine GRUPPE*) unter Zuhilfenahme des Blicks, deiktischer Gestik und gesamtkörperlicher Mobilitätsressourcen im und am physisch vorhandenen Raum verortet und eine semiotische Überlagerung des

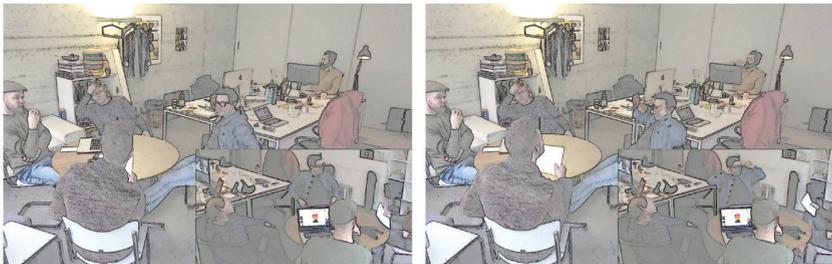
wir etabliert. Die Gruppe, die den Ausführungen zuhört, stellt gleichzeitig die Gruppe dar, die am Restaurantisch sitzt. „der Eine typ“ fällt dabei selbstreferenziell mit Gerhards eigenem Körper zusammen, wodurch dieser eine Doppelrolle einnimmt und als Animator/Erzähler und Darsteller fungiert – und in diesem Zuge eine animierte Redesituation herstellt (Ehmer 2011: 63).



Ger: und da ist der Eine typ;
(0.16) sieht einfach ZU gut aus für diese welt;
(0.67) kann auch ne FRAU• sein;=
=<<acc> aber ich würd > (.) ich würd en TYP machen um nicht auf klischees eh;
zu STARK auf klischees zu gehn;
(0.69)der hat VOLL kei[ahnung,
]]
Fra: (0.49) [ich würde mal]NUR vor den satz setzen (.) aber ja;
Ger: WAS nur,
(0.26)
Fra: nur wer (.) nur wer[nicht mitreden KA]NN so;
Ger: [ja• (-) genau so;]



Fra: muss verDAMMT gut aus[sehen;]
Ger: E•R also Er (seit) [und] die • anderen haben wirklich fundierte meinungen;=
=du siehst die haben was zu • Sagen,=
=$=$



=und ER sagt immer nur so-
(0.4) •voll (0.85)

stimmt •(.) mhm,

Abb. 32: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0045–0062 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Der weitere Verlauf der Interaktionssequenz wird geprägt durch eine sequenzielle Verdichtung und Überlagerung der Erzählwelt mit der erzählten Welt (ebd.: 61, vgl. hierzu auch Genette 1998, Schmid 2014: 83–85). Abb. 32 illustriert diese sukzessive Überlagerung in zwei Schritten, denen ein Einschub vorangeht.

Der Einschub wird dadurch markiert, dass Gerhard körperlich und intonatorisch aus der animierten Redesituation austritt und über die Konstitution der Szene per se (Zeile 0047: „(0.67) kann auch ne FRAU sein;=“)⁹⁹ spricht. Einordnende Kommentare (Hartung 2000, Lindström/Mondada 2009) zur Ausgestaltung des Werbespots sind in der Gesamtschau der dieser Studie zugrundeliegenden Daten (Kapitel 3) eher die Regel denn die Ausnahme; in nahezu allen Präsentationssequenzen lassen sich Einleitungen oder Einschübe beobachten, in welchen die die Hervorbringung Präsentierenden selbst die präsentierte Szenerie evaluierend gegenüber Alternativen abwägen (vgl. Kapitel 6.4.3). Dieser Befund lässt sich bezüglich seiner interaktiven Funktion (also unter anderem dadurch, dass in diesem Zuge die Interaktionsteilnehmenden von einer rezeptiven Rolle in eine explizit konsens-etablierende und damit mitgestaltende geraten; vgl. Goodwin 1986, Monzoni/Drew 2009) in mehrfacher Hinsicht auf die arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition zurückspiegeln: Einerseits reihen die präsentierenden Interaktionsteilnehmenden ihre Hervorbringung in eine genealogische Struktur der Ideenfindung ein und gewähren dergestalt anderen Interaktionsteilnehmenden einen Einblick in die Prozessualität der Hervorbringung (siehe Kapitel 5.3), wodurch die adressierten Personen aktiv in diese Genealogie miteingebunden werden. Andererseits wird durch die Erwähnung eines Bewertungsaspektes eine Bewertungsgrundlage vorweggenommen – oder, wie im hier diskutierten Fall entlang Gerhards Äusserungen beobachtbar, ein intern etablierter Konsens (vgl. hierzu auch Kapitel 6.3.1.3) zur Diskussion gestellt (Krämer 2014: 160–168). Das Phänomen, dass die Konsensbildung sehr eng mit der Präsentation, Bewertung (im Spezifischen Kapitel 6.5.1) und Weiterentwicklung (Kapitel 6.5.5) der Hervorbringung verwoben ist und dergestalt nicht sequenziell, sondern sukzessive etabliert wird, kann im Korpus auf breiter Ebene beobachtet und somit umfassend belegt werden (siehe zusammenfassend Kapitel 7.1).

Betrachtet man den weiteren Interaktionsverlauf, ist es wenig überraschend, dass es Frank ist, der den nächsten *trp* wahrnimmt, um einen

99 Dieser Kommentar ist insbesondere hinsichtlich der anschließend erwähnten Klischees, die zu vermeiden wären, im Kontext der Gleichberechtigungsbestrebungen in der Werbebranche nicht unbedeutsam (Reinecke 2023).

Verbesserungsvorschlag (Zeile 0051, Transkript 9) hinsichtlich der Headline, auf welcher Gerhards Hervorbringung basiert (Zeile 0031–0035, Transkript 8) anzubringen. Die Turnübernahme erscheint hinsichtlich des vorab erwähnten Varietätenwechsels, Gerhards bereits mehrfach herausgearbeiteter Ausrichtung auf Frank sowie seiner konsequenten Blickfokussierung (siehe Abb. 32 oben links) in Verbindung mit der in der Situation angelegten (und interaktiv vorbereiteten, vgl. Kapitel 6.3.1.1 und 6.3.1.3) Erwartbarkeit von Bewertungshandlungen in Kombination mit dem vorübergehenden Ausstieg aus der szenischen Beschreibung, durch welchen die Aussetzung des Sprecherwechselmechanismus aufgehoben wurde (Sacks 1998b: Band I: 222–226), beinahe antizipierbar. Franks Äußerung ist allerdings phonetisch wie auch lexiko-syntaktisch dergestalt formuliert, dass sie keinen längeren Turn erwartbar macht, sondern den Floor sogleich wieder freigibt („*aber ja*“; Zeile 0051, Transkript 9). Beachtenswert ist die darauffolgende Referenz Gerhards auf den Blätterstapel, den er in der Hand hält und bereits als Ressource relevant gesetzt hatte (vgl. Kapitel 6.3.1.1). Parallel zu Franks Spezifikation dessen, was er mit dem „*nur*“ gemeint hatte, zeigt Gerhard zu seiner Äußerung *ja geNAU so* auf seinen Blätterstapel.

Diese metaszenerische¹⁰⁰ Sequenz nimmt bereits einen zentralen Punkt des multimodalen Austauschformats der Verhandlung kreativer Hervorbringungen vorweg: Die Aus- und Verhandlung der Hervorbringungen ist grundsätzlich auf eine Konsensetablierung (siehe hierzu auch Kapitel 5.4) ausgerichtet (vgl. Kapitel 6.6). Dieser mesostrukturelle Mechanismus – also die grundsätzliche Ausgerichtetheit auf eine Einigung – wird von Gerhard in diesem kurzen Turnwechsel auf die Mikroebene übertragen und etabliert einerseits durch Referenz auf den (nicht für alle verfügbaren) Blätterstapel (siehe Kapitel 6.3.1.1) seine während der Erzählung andauernden Deutungshoheit (Heritage 2012a, Bietti/Sutton 2015) über die Ausgestaltung des Szenarios (Brünner/Gülich 2002: 36). Andererseits macht er einen weiteren Slot nach Franks Bewertungshandlung durch seine verbale Zustimmung unwahrscheinlicher (Pomerantz 1984, Hartung 2000). Simultan deutet er mittels deiktischer Geste an, die Idee eines vorangesetzten „*nur*“ sei in seinen Unterlagen zu verorten – und damit möglicherweise bereits vorhanden oder gedanklich darin aufgenommen.

Gerhard beendet daraufhin seinen metaszenerischen Einschub (der auch als metadiskursiv verstanden werden kann, vgl. Brünner/Gülich 2002: 41)

100 Metaszenerisch meint hier, über das Szenario (Brünner/Gülich 2002: 36) selbst verhandelnd.

und steigt in der Folge wieder in die Schilderung und die damit einhergehende Überlagerung der Interaktionsteilnehmenden und seiner selbst ein. Den Wechsel des Kontextschemas markiert er dabei nicht nur verbal mittels des Personalpronomens *ER* und eines *fore-shadowing* eines „vocal deictic shift“ (Couper-Kuhlen 1999: 16)¹⁰¹, sondern verdeutlicht die Origoverschiebung in den mentalen Raum deiktisch auch dadurch, dass er auf den eigenen Brustkorb zeigt. Dadurch wird ein *change of footing* antizipierbar (Goffman 1981: 128). Gerhard spricht also nicht nur von sich selbst als einem *ER*, der etwas sagt, sondern markiert mittels seiner Geste auch, dass das Demonstratum und das Referenzobjekt überlagert sind, ohne dabei jedoch zusammenzufallen (vgl. diesbezüglich Fricke 2007: 87, aber auch Stukenbrock 2015: Kapitel 7).

Des Weiteren markiert Gerhard gestisch, dass die anwesenden Interaktionsteilnehmenden nun nicht mehr im Kontext des vorab eine „GRUPPE“ betrachtenden „wir“ (Zeile 0041) zu verorten sind, sondern im Raum der erzählten Welt in Abgrenzung von dem durch Gerhard verkörperten *ER* nun *die anderen* darstellen. Letzteres etabliert er mittels einer schnellen, abermals einen Bogen beschreibenden und auf die anwesenden Personen verweisenden Geste (analog vgl. Abb. 31 auf Seite 182).¹⁰² Die anschließende ikonographische Geste, durch welche er simultan zum Verb *Sagen* auf seinen eigenen Mund verweist (siehe Abb. 32: mittlere Bilderstrecke, rechts), lässt sich einerseits als Antizipation einer Redewiedergabesituation (Imo 2009) verstehen, dient andererseits aber auch als Hinweis auf die Instabilität der räumlichen und personellen Überlagerung sowie des daraus resultierenden mentalen Raumes, die bis zu diesem Zeitpunkt durch Gerhard orchestriert wurden.¹⁰³

Eine Redewiedergabe antizipierendes Verständnis der Geste lässt sich entlang der nächsten Intonationsphrase bekräftigen. Gerhard rückt simultan zum fokusakzentuierten Personalpronomen „=und *ER* sagt immer nur so–“ (Zeile 0060, Transkript 9) mit seinem Stuhl abermals vom Tisch weg (eine bereits vorab eingeführte Körperhaltung einnehmend, vgl. Abb. 31) und positioniert in

101 Damit ist die deutliche Abweichung von den prosodischen Normalwerten gemeint, siehe diesbezüglich auch Ehmer 2011: 81f.

102 Die Geste, die im Vergleich zur ersten auf die Interaktionsteilnehmenden verweist, insgesamt kürzer ist und weniger Raum einnimmt, verstärkt den Eindruck einer *metaphorischen*, also auf das Abstraktum der repräsentierenden Personen verweisenden Gestenäußerung – und zwar auch nachträglich in ihrem ersten Auftreten.

103 Stringenterweise müsste die Geste auf dasjenige Referenzobjekt verweisen, welches etwas sagt, also auf die (Münder der) anwesenden Interaktionsteilnehmenden und nicht auf Gerhard.

der Folge seinen rechten Fussknöchel auf dem linken Oberschenkel. Die Oberkörperhaltung und -spannung ist dabei deutlich von der Haltung unterscheidbar, die er während des metaszenarischen Einschubs einnahm (man vergleiche in Abb. 32 den oben rechts abgebildeten Zeitpunkt mit demjenigen unten links, siehe hierzu auch Goffman 1981: 128). Gerhard lehnt sich in die Lehne seines Stuhles zurück, öffnet den Brustkorb, was mit einer Axialrotation seines Oberkörpers einhergeht, schiebt die rechte Schulter zurück und blickt dadurch leicht über die linke Schulter hinweg auf Eddie (Abb. 32 unten rechts). Währenddessen sagt er in der mitunter damit signalisierten animierten Redesituation *voll-* (intonatorisch vom vorangehenden differenziert, vgl. diesbezüglich Günthner 1999: 704). Gerhard etabliert durch ebenjene körperlichen und verbalen Signale einen *grounded mental space* (Liddell 1995: 25 f.) und gestaltet so die imaginierte Situation körperlich verfügbare und wahrnehmbar. Die physische Repräsentation des Szenarios wird auch in der Folge aufrechterhalten: Gerhard nickt synchron zu den nächsten beiden Zustimmungssignalen („stimmt (.) mhm,“ Zeile 0062, Transkript 9) und lässt dabei den Blick zwischen den anderen Interaktionsteilnehmenden hin und her wandern. Die intonatorische Untermauerung macht eine Darstellung eines Mannes verfügbar, der in naiv-selbstgefälliger Art einem imaginierten Gespräch durch *backchanneling* (Bavelas et al. 2000) beiwohnt.

Oben konnte nachgezeichnet werden, dass Gerhard nicht nur eine Überlagerung des physischen Raumes mit einem mentalen etabliert hat, wodurch am realen Raum Szenarios im imaginierten (Stukenbrock 2012a) verfügbar gemacht werden können, sondern auch, dass eine Überlagerung der anwesenden Personen mit den Partizipanten innerhalb des Szenarios vorgenommen wurde. Nebst diesen beiden mentalen Ressourcen etabliert Gerhard in der Folge noch eine dritte, für die Herstellung eines Werbespots wie auch für den weiteren Interaktionsverlauf ebenso zentrale: die Kameraperspektive. Während die vorangegangenen Ressourcen allesamt durch semiotische Überlagerung bestehender, materiell verfügbarer Elemente im Raum (die Interaktionsteilnehmenden eingeschlossen) bearbeitet wurden, ist die Kameraperspektive ein Element, das sich dem realen Raum entzieht; sie symbolisiert einen Blick auf den Raum und kann daher an sich kein entlang räumlicher Strukturen fixierter Bestandteil desselben sein, sondern stellt vielmehr einen Ausgangs- und Verweispunkt innerhalb der räumlichen Struktur dar. In dem Szenario, das Gerhard etabliert hat, verlangt dieser Verweispunkt eine doppelte Perspektivenübernahme: Die Interaktionsteilnehmenden müssen sich nicht nur in den Blickwinkel der Kamera hineinversetzen, welche mit ihren eigenen Modalitäten aufwartet (wie Zoom, Schwenkwinkel, Brennweite und dergleichen), die sich einer körperlichen Wahrnehmung entziehen, sondern dies darüber hinaus

in einem projizierten mentalen Raum bewerkstelligen, der sich zwar an den realen Raumstrukturen orientiert, diese aber, wie oben gezeigt wurde, symbolisch und semiotisch überlagert. Die interaktive Hervorbringung dieser neuen Perspektive und der damit einhergehenden Räumlichkeit geht dabei über das interaktive *achievement* einer Räumlichkeit im interaktionslinguistischen Sinne (Hausendorf 2013) hinaus und konstituiert den Raum (Löw 2013) aus einer technisch-ästhetischen Perspektive, welcher gleichzeitig das Produktionsverfahren des Werbemittels inhärent ist.



Ger: (0.32) und das ganze ist ein bisschen so geFILMT,
kennt ihr xxx LÄnder o•dr(.)
[(drei)]
Fra: [ja-]
(0.76)
Ger: weisst du so (.) oder diese DOVE (.) ähm;;
(0.58) ANzeige äh dove comercial für shampoo;
(0.42) aus brasIllien,
(0.47) wo:: <<acc> (weisst du was_i MEIN also) >;



(0.24) also in diesem moMENT
wo er zum beispiel so • voll (.)
sagt oder mhm oder einfach kein plan hat,
(0.24) hast du siehst du immer das MÄdel nebenan
oder die ändern wie sie ihn so anschauen;=
=und s ist so bisschen slow MOTion;
(0.31) er ist immer noch (.) wird immer GUT wahrgenommen weisst du;
Fra: mHM,
(1.03)
Ger: und (-) dann • FAdets einfach raus,
also auf IHN halt,
(0.34) ((Schmatzendes Geräusch 0.2 Sek)) (0.73)
wer nicht mitreden KANN (-) muss verdammt gut aussehen;
(0.62) ((NAME DES KUNDEN));
(0.42) vielleicht brauchts no einen (CLAIM),

Abb. 33: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0063–0082 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Abb. 33 illustriert den weiteren Verlauf der Präsentationssequenz überblicksartig unter der Fokussierung auf zwei Schlaglichter.

In den oberen beiden Standbildern wird das *recipient design* des von Gerhard entworfenen Szenarios deiktisch expliziert. Die Zeigegeste auf Eddie (oben links) und darauffolgend auf Frank (oben rechts) sind insofern erwähnenswert, als sie durch Nichtbeachtung des Zeigetabus (Müller 2010) eine Aufmerksamkeitsaufforderung durch direkte Adressierung darstellen, die darüber hinaus auch eine Rückversicherung geteilter Wissensbestände abbildet. Durch Gerhards Exklusion von Denis im Zuge des Zeigens führt die damit einhergehende epistemische Wertung (Heritage 2012a, 2012b) allerdings auch die Dynamik der Interaktionshierarchie deutlich vor Augen. Spätestens an dieser Stelle wird explizit, dass es sich bei der vorliegenden Sequenz nicht um einen freien, egalitären Austausch von Hervorbringungen handelt, sondern um eine geordnete, hierarchisch durchdrungene Interaktionskonstellation, in welcher die Rollen der Adressat_innen und damit einhergehend auch die Bewertungsrollen klar verteilt sind (Schierl 2002a, Krämer 2014: 265–276) – und das (Vor-)Wissen der anwesenden Interaktionsteilnehmenden die Art und Weise der Darstellung (Sacks 1998b: Band II: 230, 271, 274 und 441–443.) beeinflusst.

Der zweite Fokus, welcher in Abb. 33 gesetzt wurde, betrifft die Implementierung der Kameraperspektive, welche das Szenario um die Ebene der Produktionslogik des Werbespots ergänzt. In den Zeilen 0072–0075 (Transkript 9: Seite 194) handelt es sich dabei primär um eine Darstellung des Bildes, das im Werbespot wahrzunehmen wäre: Gerhard illustriert wiederum entlang der bereits etablierten körperlichen Ressourcen die Darstellung der im Werbespot agierenden Figur (Abb. 33 unten rechts). Simultan zum wiederholten *voll* nimmt er abermals die oben beschriebene, animierte Redesituation signalisierende, Haltung ein (Goffman 1981: 128), und illustriert in der Folge die Aspekte der Kameraperspektive an seinem eigenen Körper. „das Mädchel nebenan“, das ihn im mentalen Raum anschaut, wird mittels einer Oberkörperbewegung illustriert, durch welche er von seiner bisherigen Position wegrückt und auf die Stelle blickt, an der er zuvor gesessen hat, während er den *slow motion*-Charakter des Filmischen beschreibt (Zeile 0074, Transkript 9: Seite 194), bewegt er sich ebenfalls in Zeitlupe, und *GUT* *wahrgenommen* wird mit einer schwungvollen Kopfbewegung begleitet.¹⁰⁴

104 Die beschriebenen Mechanismen zur Illustration der Szenerie ähneln in der ihnen zugrundeliegenden Funktionsweise der oben differenziert beschriebenen Etablierung der mentalen Ressourcen und werden deshalb hier nicht nochmals mikroanalytisch hergeleitet.

Diese Darstellungsweise gerät allerdings in Zeile 0078 (Transkript 9: Seite 194) an ihre Grenzen; während sich die Perspektive eines *Mädel nebenan* noch körperlich wahrnehmbar gestalten liess, ist ein Ausfaden einer Kamera auf eine Person im imaginierten Raum (Stukenbrock 2012a) nicht nur ein technisches Artefakt, das sich durch ein körperliches Aufzeigen mittels einer rein menschlichen Wahrnehmung nur schwer replizieren lässt, sondern auch eine Origoverschiebung der Wahrnehmungsperspektive, welche die von Gerhard etablierte Überlagerung der Figur mit seinem eigenen Körper vor ein interaktives Problem stellt¹⁰⁵: Während er vorab an und durch seinen Körper (Stukenbrock 2015) zeigen konnte, wie sich die Szenerie gestaltet, und die Perspektive der Zuschauer_innen mit derjenigen der anderen Interaktionsteilnehmenden deckungsgleich war (oder zumindest nicht fundamental davon abwich), lässt sich der Blick auf die Szenerie nun nicht mehr durch die anderen Interaktionsteilnehmenden körperlich repräsentieren. Die animierte Redesituation, in welcher die Interaktionsteilnehmenden einen Standpunkt „innerhalb des imaginierten Geschehens“ einnehmen (Ehmer 2011: 77), ist durch die Implementierung der filmischen Perspektive herausgefordert. Gerhard löst die interaktive Herausforderung dadurch auf, dass er nun nicht mehr, wie zuvor, eine Perspektive wahrnehmbar macht, sondern gestisch ein neues Objekt etabliert (Stukenbrock 2020), das ebenjene Zuschauer_innenperspektive und somit auch den Blick auf den realen/mentalenen Raum symbolisiert. Im Vollzug der Intonationsphrasen „und (-) dann *FAdets einfach raus*, || *also auf IHN halt*,“ (Zeile 0078 f, Transkript 9: Seite 194) hebt er seine Hand, die Finger leicht nach unten gekrümmt und gleichsam einen faustgrossen Gegenstand umschliessend, auf Schulterhöhe über den Tisch und bewegt sie im Verlauf der Intonationsphrasen retroversiv bis hin zu seiner Schulter vom Tisch weg, wobei sein Blick einen Suchraum schräg vor seiner Geste nachzeichnet. Diese Darstellung implementiert dabei nicht nur die Setzung eines neuen Referenzpunktes der Perspektive (Luckner 2005, Schildknecht 2005, Löw 2013, Kant 2014b), also eines Punktes, von dem aus gesehen wird, sondern in Verbindung mit den aufgewendeten verbalen Ressourcen auch der Art und Weise, wie gesehen wird. Dadurch werden die

105 Mit Goffman gesprochen, liesse sich die Herausforderung auch als Kollision zweier Animator-Rollen beschreiben: „[T]wo animators can be said to be involved: the one who is physically animating the sounds that are heard, and an embedded animator, a figure in a statement who is present only in a world that is being told about, not in the world in which the current telling takes place.“ (Goffman 1981: 149)

vorab räumlich verankerten mentalen Ressourcen aus einer Aussenperspektive der Zuschauer_innen gestisch artikuliert.

Für die vorliegende Studie ist der oben beschriebene Mechanismus insofern von zentraler Bedeutung, als der nachgezeichnete Vollzug, mittels dessen eine noch nicht physisch-materiell mitteilbare Hervorbringung geteilt wahrnehmbar und in diesem Zuge den anderen Interaktionsteilnehmenden verfügbar gemacht wurde, über die hier vorgenommene Einzelfallanalyse hinaus verweist. In den im Korpus analysierten Austauschsequenzen stellt diese Form des Verfügbarmachens den Normalfall dar – und zwar ungeachtet der medialen Modalität des zu entwickelnden Endprodukts. Der Faktor der Materialität des Produktes (siehe zur Signifikanz einer Produktorientierung Kapitel 4.1.2) spielt bei der Ver- und Aushandlung der zugrundeliegenden Hervorbringungen, interaktionsanalytisch betrachtet eine sekundäre Rolle; ob es sich um die Entwicklung einer Plakatkampagne, einer Onlinewerbung, eines Postversands oder eines Werbespots handelt, hat im Korpus keinen nachweisbaren Einfluss darauf, dass die Interaktionsbeteiligten zur Verfügbarmachung ihrer Hervorbringungen primär auf körperliche Ressourcen zurückgreifen.

Dies untermauert die in der arbeitsheuristischen Kreativitätsdefinition formulierten Aspekte der Prozessualität (Kapitel 5.3) und Interaktivität (Kapitel 5.5). Wie herausgearbeitet wurde, ist der Rückgriff auf körperliche Ressourcen zur Darstellung einer zu imaginierenden Situation ein Prozess, der mehrere Turns umfasst und zudem lokal und temporal beschränkt anschlussfähig ist. Die durch Gerhard etablierte Überlagerung des mentalen Raums mit dem wahrnehmbaren Raum ist zu dem oben beschriebenen Zeitpunkt (siehe Abb. 31-Abb. 33) für die mit anwesenden Interaktionsteilnehmenden zwar verfügbar, über diesen konkreten Interaktionskontext hinaus jedoch ohne erneute (und, wie die obige Analyse gezeigt hat, durchaus komplexe) Etablierung der Situation nicht ohne Weiteres teilbar. Dadurch ist der szenarische Rahmen ein flüchtiger – und interaktiv in dem Sinne, dass er sich mit der Auflösung dieser konkreten Interaktionskonstellation ebenfalls auflöst. Nichtsdestotrotz werden durch Gerhard mentale Ressourcen wie beispielsweise die gestische Darstellung der Kameraperspektive etabliert, die innerhalb dieser konkreten Konstellation der oben beschriebenen Interaktion auch losgelöst von der von ihm geschilderten Szenerie für die anderen verfügbar gemacht wurden – und die, wie sich zeigen wird, sowohl für die weitere Ver- und Aushandlung (Kapitel 6.4.2 und 6.5.1) als auch für die Weiterentwicklung der Hervorbringung (Kapitel 6.5.5.1) elementar sind.

Transkript 9: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0041-0083)

0041 Ger: wir (sind/sehen) eine GRUPpe,
0042 (0.34) die eine angeregte diskussion über die WELTpolitik;
0043 (0.25) (irgend) wo in einem restaurANT an einem tisch (.)
mit jungen erwachsenen;
0044 (1.14)
0045 Ger: und da ist der EIne typ;
0046 (0.16) sieht einfach ZU gut aus für diese welt;
0047 (0.67) kann auch ne FRAU sein;=
0048 =<<acc> aber ich würd > (.)
ich würd en TYP machen um nicht auf klischees eh;
0049 zu STARK auf klischees zu gehn;
0050 (0.69)der hat VOLL kei[ahnung,]
0051 Fra: [ich würde mal]NUR vor den
satz setzen
(.) aber ja;
0052 (0.49)
0053 Ger: WAS nur,
0054 (0.26)
0055 Fra: nur wer (.) nur wer[nicht mitreden KA]NN so;
0056 Ger: [ja (-) geNAU so;]
0057 Fra: muss verdAMMT gut aus[sehen;]
0058 Ger: [und]ER also Er (seit)
die anderen haben wirklich fundierte meinungen;=
=du siehst die haben was zu SAGEN,=
=und ER sagt immer nur so-
0061 (0.4) voll-
0062 (0.85) stimmt (.) mhm,
0063 (0.32) und das ganze ist ein bisschen so geFILMT,
0064 kennt ihr xxx LANder odr (.) odr,
0065 [(drei)]
0066 Fra: [ja-]
0067 (0.76)
0068 Ger: weisst du so (.) oder diese DOVE (.) ähm;;
0069 (0.58) ANzeige äh dove comercial für shampoo;
0070 (0.42) aus brassILien,
0071 (0.47) wo:: <<acc> (weisst du was _i MEIN also) >;
0072 (0.24) also in diesem moMENT wo er zum beispiel so voll (.)
sagt oder mhm oder einfach kein plan hat,
0073 (0.24) hast du siehst du immer das MÄdel nebenan oder die
ändern wie sie ihn so anschauen;=
0074 =und s _ist so bisschen slow MOTion;

0075 (0.31) er ist immer noch (.) wird immer GUT wahrgenommen
 weisst du;
 0076 Fra: mHM,
 0077 (1.03)
 0078 Ger: und (-) dann FAdets einfach raus,
 0079 also auf IHN halt,
 0080 (0.34) ((Schmatzendes Geräusch 0.2 Sek))(0.73)
 wer nicht mitreden KANN (-) muss verdammt gut aussehen;
 0081 (0.62) ((NAME DES KUNDEN));
 0082 (0.42) vielleicht brauchts no einen (CLAIM),
 0083 (1.03)

6.4.2. Räumliche Überlagerung und Etablierung mentaler Ressourcen

Im vorliegenden Kapitel werden die erarbeiteten Befunde der Etablierung lokal anschlussfähiger mentaler Ressourcen (siehe Befund (1), Kapitel 6.4), die im Zuge der animierten Rede (Goffman 1981: 149, Ehmer 2011: 77) durch Präsentierende hervorgebracht werden, verdichtet. Zu diesem Zweck wird in der Folge eine weitere Hervorbringungspräsentation aus der Austauschsequenz zwischen Gerhard, Denis, Eddie und Frank (siehe Kapitel 6.2) diskutiert, sowie eine weitere Präsentationssequenz (Kapitel 6.4.2.2) unter dem Fokus der Wahrnehmbarmachung einer noch nicht materiell vorhandenen Hervorbringung via Etablierung mentaler Ressourcen verhandelt.

Im Unterschied zum vorab dargestellten Auszug aus der Schlüsselsequenz wird der Nachvollzug der Interaktion im nachfolgenden Kapitel grobkörniger gestaltet, da primär auf die Anschlussfähigkeit der mentalen Ressourcen fokussiert wird. In diesem Zuge wird gezeigt, dass mentale Ressourcen ihre Relevanz nicht erst im Zusammenhang mit Bewertungs- und Weiterentwicklungssequenzen entfalten (vergleiche Kapitel 6.5.1, 6.5.5.1, sowie 6.5.5.2), sondern auch von den Präsentierenden selbst genutzt werden können, um weitere Hervorbringungen entlang bereits etablierter mentaler Ressourcen visuell verfügbar zu machen (Mondada 2019). Des Weiteren dient der nachfolgende Ausschnitt aus der Schlüsselsequenz (Kapitel 6.4.2.1) als zentraler Anknüpfungspunkt für die im nächsten Überkapitel diskutierte Bewertungssequenz (siehe Kapitel 6.5, respektive 6.5.1), welche die Interaktionsfortsetzung des nachfolgenden Ausschnitts im Fokus haben wird.

6.4.2.1. Schlüsselsequenz – ein möglicher Film

Gerhard hat zwischen der in Kapitel 6.4.1 diskutierten Sequenz und dem Zeitpunkt, welchen das unten abgedruckte Transkript abbildet, bereits eine andere Filmidee präsentiert und direkt vor der in Transkript 10 abgedruckten Präsentation eine Hintergrundüberlegung mitgeteilt, auf deren Basis sein nachfolgender Vorschlag beruht („(.) *man schÄmt sich man (wenn) man das (.) geFÜHL hat; man WEISS etwas nicht,*“, Zeile 0462f und „*also wenn man sich SCHÄMT, dass man in der Ecke steht;*“, Zeile 0468f). Auf ebendiese Überlegungen nimmt Gerhard adverbial Bezug und leitet dergestalt in die Präsentation des „*FILM[s]*“ (Zeile 0481) ein.

Transkript 10: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0480-0522)

0462 Ger: (.) man schÄmt sich man (wenn) man das (.) geFÜHL hat;
 0463 man WEISS etwas nicht,
 ...
 0468 Ger: (0.31) im sich (.) also wenn man sich SCHÄMT,
 0469 dass man in der Ecke steht;
 ...
 0480 Ger: äh ein möglicher FILM davon;
 0481 (0.2) <<acc> ich wa wir haben die> IDEE war wirklich
 spät _ um aso;
 0482 (0.29) hab ich (.) EIgentlich nich viel mehr;=
 0483 =du _ siehst AUCH wieder in einem restaurant,
 0484 (0.48) siehst du EIne:(.) eine:.
 0485 (0.57) eine ANgeregte diskussion wird zu einem thema;=
 0486 =genau ähnlich wie am anfang beim ersten film;
 0487 (0.31) alle haben ne MEInung;
 0488 (0.33) KAMera fliegt über den tisch==
 =und da merkst du wirklich ah fundierte MEInungen;=
 0489 =UH: das sind informierte menschen;
 0490 (0.14) <<acc> tack tack tack >-
 0491 (0.28)
 0492 Ger: [die kamera fliegt WEIter;]
 0493 Den: [(vielleicht) (.) ein TISCHset;]
 0494 (0.73)
 0495 Ger: häh,
 0496 (0.49)
 0497 Den: do _ isch vilicht no eis TISCHset,
 0498 (1.16)

0499 Ger: wie MEINSCH,
 0500 (0.58)
 0501 Den: eis TISCHset[zviel,]
 0502 Fra: [könnt ihr euren]EHEstreit wo anders
 hin verlegen ja,
 0503 Ger: [(können wir)]
 0504 Fra: [kön]nen wir den FILM bitte kurz (haben),
 0505 [(lacht 2.4 Sek.)]
 0506 Ger: [also he (.) auf jede fall kamera FLIEGT über diesen]tisch,
 0507 Fra: ja,
 0508 (0.26)
 0509 Ger: und du SCHNAPPST diese verschiedenen meinungen auf,
 0510 Fra: [ja,]
 0511 Ger: [und dann]fliegt sie aber WEIter;
 0512 Fra: ja,
 0513 (0.37)
 0514 Ger: fliegt sie WEIter,
 0515 (0.45) bis dieser TYP,
 0516 (0.73) da allein in de (.) aso (-) entKAPselt oder auch
 gekApselt von der gruppe;
 0517 (0.19) alleIN in der ecke steht;
 0518 (0.25) nur die kamera bei IHM,
 0519 (0.58) dicht,
 0520 steht nur (.) REde mit,
 0521 (0.85) ((NAME DES KUNDEN));
 0522 (2.65)

Es fällt auf, dass die Einleitung in seine Präsentation gleich in mehrfacher Hinsicht mit Modalisierungsmarkern aufwartet. So wird die kategorielle Betitelung der nachfolgenden Hervorbringung als *FILM* adjektivisch eingeschränkt („*mÖglicher*“, siehe hierzu vertiefend Kapitel 6.4.3.1 und Seite 228ff) sowie bereits vor Beginn der Präsentation eine potenzielle Kritik selbstevaluativ vorweggenommen und begründet (Zeile 0481, Transkript 10). Des Weiteren fällt auf, dass ein Konflikt der Präsentationshoheit und Ideenverantwortung (vgl. diesbezüglich auch Schierl 2002a, Krämer 2014: 265–276) besteht, der sich bereits zu Beginn der Präsentation entlang der Personalpronomina als latent vorhanden beobachten lässt und im Verlauf der Sequenz noch explizit thematisiert wird (Seite 201f): Gerhard wechselt innerhalb zweier Intonationsphrasen von *ich* zu einem *wir*, das ihn selbst mit einschließt. Dieses *wir* hatte laut Gerhard die Idee erst spät, weshalb er

(„*ich*“, Zeile 0482) auch nicht mehr (zu präsentieren) habe, als das, was er in der Folge zur Verhandlung stellen werde.

Gerhard nutzt systematisch vorab etablierte deiktische, räumliche sowie mentale Ressourcen, um sein nächstes Szenario den anderen Interaktionsteilnehmenden verfügbar zu machen. Die Ressourcen, die durch die Präsentation seiner ersten Hervorbringung im Raum verankert (respektive *gegroundet*, vgl. Liddell 1995: 25 f.) wurden, werden schon vor ihrer Illustration verbal wie auch deiktisch als Referenzrahmen antizipierbar: Gerhard nimmt explizit verbal und mittels einer über die linke Schulter zeigenden Handgeste auf das erste Szenario Bezug, welches im vorangegangenen Kapitel (siehe 6.4.1) aufgearbeitet wurde („*siehst du EIne: (.) eine: (0.57) eine ANgeregte diskussion wird zu einem thema;=genau ähnlich wie am anfang beim ersten film;*“, Transkript 10, Zeile 0483ff).¹⁰⁶

Hervorzuheben ist, dass dadurch nicht nur auf die Rahmenbedingungen des Szenarios referenziert wird, sondern dass Gerhard explizit die visuelle Wahrnehmung der Hervorbringung erwähnt („*siehst du*“), wodurch er durch die Vorgabe, was sein(e) Gegenüber¹⁰⁷ sehen, an die Überlagerungen räumlicher Ressourcen, die semiotische Doppelrolle seines Körpers und die zahlreichen Origoverschiebungen anschliesst, welche im ersten Szenario unter Aufwendung verschachtelter multimodaler Ressourcen etabliert wurden.

Entlang der oberen beiden Standbilder in Abb. 34 lassen sich die räumlichen Überlagerungen der Ressourcen, die damit einhergehende Illustration des Szenarios (Ehmer 2011: 61) und vor allem der Rückgriff auf bereits in der ersten Präsentationssequenz etablierte Verweiräume und strukturelle Überlagerungen der Erzählwelt mit der erzählten Welt (Goffman 1981: 147, Genette 1998, Schmid 2014: 83–85) nachvollziehen. Gerhard markiert im Zuge der Intonationsphrase „*alle haben ne MEInung;*“ (Zeile 0487, Transkript 10) die Überlagerung der Interaktionsteilnehmenden mit den Personen seines Szenarios, indem er (analog zum ersten

106 Es sei darauf hingewiesen, dass in diesem Zuge wiederum eine kategorielle Setzung vorgenommen wird, welche die erste Präsentation rückwirkend als *FILM* markiert. Dass diese Kategorien durchaus implikationsreich sind, wird in Kapitel 6.4.3.1 ausgeführt.

107 In der Sequenz, welche zwischen dem vorab dargestellten Szenario und der in diesem Kapitel diskutierten Hervorbringung liegt, hat sich eine Orientierung von Gerhard auf Frank herauskristallisiert, die auch zu Beginn dieses Ausschnitts weiter beobachtet werden kann. Die Verwendung des Personalpronomens *du* kann demnach als explizites *recipient design* in Richtung Frank verstanden werden.

Szenario, siehe Abb. 31 auf Seite 182 und Abb. 32, Seite 185) mit der linken Hand eine deiktische Geste vollzieht, deren Verweisraum auf die anwesenden Personen Bezug nimmt. Auch wenn dies der erste explizite deiktische Verweis innerhalb dieser Präsentationssequenz ist, durch welchen *alle* ko-expressiv mit den im Raum anwesenden Personen gleichgesetzt werden, wird er nicht weiter ausgeführt, wiederholt oder durch andere Modalitäten gestützt; die Überlagerung der anwesenden Personen mit imaginierten Personen, welche in Gerhards Szenario eine Meinung haben (vgl. Seite 185f), scheint an dieser Stelle interaktiv bereits dergestalt verankert zu sein, dass sie keinerlei weitere Vertiefung oder multimodale Verdeutlichung benötigt, dass es sich hierbei nicht um eine Situationsbeschreibung der Interaktionskonstellation handelt, sondern um eine des Szenarios. So wechselt Gerhard denn auch anschliessend innert 0.33 Sekunden den Blätterstapel, den er zuvor mit rechts gehalten hat, in die linke Hand, richtet sich gleichzeitig so schnell auf, dass der Stuhl hörbar nach hinten geschoben wird, und hebt seinen rechten Arm, mit welchem er – analog zur ersten Präsentationssequenz – gestisch die Kameraperspektive symbolisiert. Der Wechsel der Körperhaltung markiert nebst dem simultan erfolgenden Wechsel des Blätterstapels von der rechten in die linke Hand auch einen Wechsel von szenischer Darstellung zur Verkörperung der Kameraperspektive, womit auch eine Origoverschiebung der Zuschauendenperspektive einhergeht (vgl. Seite 190ff).

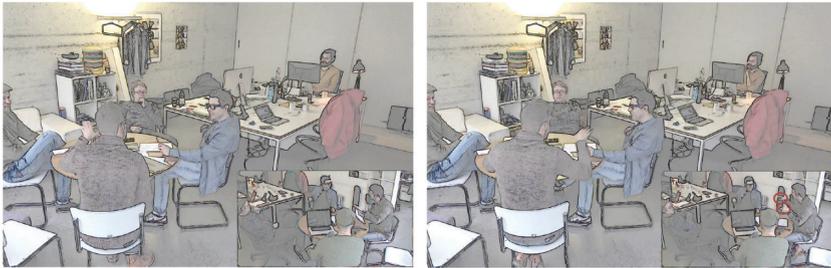
All diese Elemente konnten auch in Gerhards initialer Präsentation beobachtet werden (siehe Kapitel 6.4.1), ein zentraler Unterschied besteht allerdings in der Geschwindigkeit, mit welcher die Wechsel vollzogen werden: Im Vergleich zur ersten Hervorbringung werden die interaktiven Errungenschaften hier ungleich schneller und unmittelbarer realisiert.

Wie entlang des mittleren Bilderpaares in Abb. 34 nachgezeichnet werden kann, expliziert Gerhard die einleitend relevant gesetzte Kategorie des Sehens in der Folge nun auch deiktisch. Ko-expressiv zu zwei *response cries* (Goffman 1981: 78 f.) werden die zu beobachtenden „*fundierte[n] MEInungen*“ und „*informierte[n] Menschen*“ im physisch vorhandenen Raum und entlang der anwesenden Personen konkret verortet, wodurch wiederum der in der vorausgegangenen Sequenz etablierte Referenzpunkt der Perspektive (Kant 2014b, Luckner 2005, Schildknecht 2005, Löw 2013) sowohl zur Illustration des Ortes dient, von dem aus gestisch Gezeigtes im imaginären Raum gesehen werden kann, als auch zur Veranschaulichung der Art und Weise, wie gesehen wird.



Ger: # (0.31) alle haben ne → MEInung •;

(0.33) •#KAmEra fliegt über den tisch →=



=und da merkst du wirklich ah • fundierte MEInungen;=

=UH: • das sind informierte menschen;

(0.14) <<acc> tack tack tack >- (0.28)



Ger: [die kamera fliegt • WEIter;]
 Den: [(vielleicht) (.) • ein TISCHset;]
 (0.73)
 Ger: häh,

Abb. 34: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0487–0491 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Dass die Implementierung der Kameraperspektive, mit welcher die Ebene der Produktionslogik des Werbespots in die animierte Rede aufgenommen wird, sich allerdings nicht ausschliesslich auf vorab etablierte interaktionale Ressourcen stützt, sondern auch auf geteilte Wissensbestände um die Produktionslogik und die ästhetischen Anforderungen eines solchen

Werbefilmes verweist, offenbart die daran anschliessende onomatopoeische Darstellung „<<acc> *tack tack tack* >–“, welche in Kombination mit der ko-expressiven vertikal fallenden Geste der ausgestreckten rechten Hand auf schnelle Übergänge zwischen verschiedenen Kameraeinstellungen respektive drei rapide aufeinanderfolgende Schnitte zwischen denselben bezogen werden kann.¹⁰⁸

Die letzte Illustration in der oben abgedruckten Abb. 34 bildet denjenigen Moment ab, in welchem Denis sich zum ersten Mal innerhalb der gesamten Austauschsequenz in die Präsentationsequenz von Gerhard einklinkt. Im Standbild wird deutlich, dass Denis dabei nicht nur verbal ein von Gerhard bislang nicht genanntes Element in die Hervorbringung einzubringen versucht, sondern in diesem Zuge auch direkt an die von Gerhard etablierte Überlagerung des realen Tisches mit dem Restauranttisch anknüpft und das von ihm verbal erwähnte „*TISCHset*“ ebenfalls gestisch entlang dieser Raumstrukturen zu etablieren versucht. Diese Ergänzung, so zeigt der weitere Interaktionsverlauf (siehe Transkript 10), wird jedoch nicht weiter verfolgt und kann spätestens an dem Punkt, an dem Frank den Austausch zwischen Denis und Gerhard als Ehestreit betitelt, der „*wo anders hin verleg[t]*“ (Zeile 0502) werden möge und auf die sequenzielle Ordnung der Austauschsequenzen hinweist (siehe Zeile 0508: „*[kön]nen wir den FILM bitte kurz (haben),*“), als gescheitert angesehen werden.

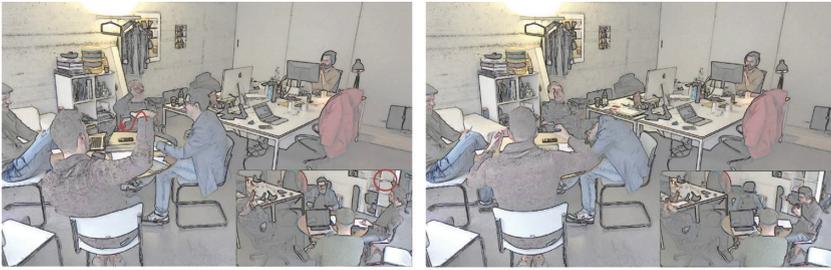
Dieser Einschub seitens Denis' in Gerhards Präsentationssequenz sowie die Forderung Franks, eine sequenzielle Ordnung einzuhalten, eröffnet einen seltenen Einblick in die latente Geordnetheit der untersuchten Austauschsequenzen, die zwar einem abstrahiert beschreibbaren sequenziellen Muster (siehe Kapitel 6.1) folgen, das ethnomethodologisch rekonstruiert (Garfinkel 1967: 11) werden kann, es allerdings nur selten explizit thematisieren. Der Einschub verweist daher über die konkrete Interaktion hinaus auf zwei zentrale Punkte: Einerseits werden Hervorbringungen, auch wenn sie vorab durch mehrere Personen erarbeitet und vorbereitet wurden, prinzipiell nur durch eine Person präsentiert und zur Verfügung gestellt. Andererseits werden initiale Präsentationssequenzen (also solche, in denen eine Hervorbringung zum ersten Mal zur Verhandlung gestellt wird) nur äusserst selten von

108 Diese Handgeste lässt sich auch an anderen Stellen des Korpus beobachten und wird dort ko-expressiv verbal durch ein „*CUT*“ oder „*blAck*“ expliziert.

anderen Interaktionsteilnehmenden unterbrochen¹⁰⁹ – und wenn dies der Fall ist, dann dient die Unterbrechung primär evaluativen Zwecken (siehe Kapitel 6.5). Denis' Einschub bricht demnach mit dem im Korpus beobachteten Normalfall und thematisiert dadurch einerseits die in dieser Interaktion vorherrschende Präsentationshoheit von Gerhard, kann andererseits in der dadurch ausgelösten Interaktionsfortsetzung darüber hinaus auch als exemplarischer Verweis auf die sequenzielle Ordnung derartiger Austauschsituationen dienen.

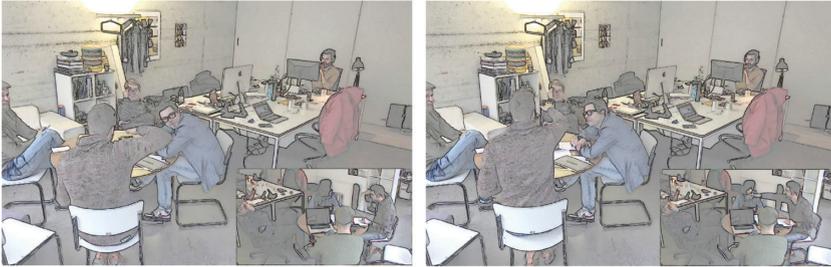
Gerhard kommt der Aufforderung Franks nach, die sequenzielle Ordnung einzuhalten (siehe Transkript 10, Zeile 0506), und steigt direkt anschliessend wieder in seine animierte Rede ein. Wie entlang der ersten Bilderstrecke der nachfolgend abgedruckten Abb. 35 nachvollzogen werden kann, nimmt er dazu wieder die gestische Darstellung der Kameraperspektive und ihres Fluges über den Tisch auf. Die räumliche Überlagerung des in der Interaktion vorhandenen Tisches mit dem Restauranttisch seines Szenarios wird durch Gerhard nicht mehr explizit markiert. Die Wiederaufnahme der ko-expressiv körperlich dargestellten „kamera“ (Transkript 10, Zeile 0506) durch die mehrfach beschriebene gestische, symbolisierende Inszenierung scheint an dieser Stelle bereits zu genügen, um verfügbar zu machen, dass der Verweis auf „diesen tisch“ (Transkript 10, Zeile 0506) nicht auf den Tisch im Raum der CDs (siehe Kapitel 3.6.3) zu beziehen ist, sondern es sich um einen Tisch im mentalen Raum handelt, der entlang dieser räumlichen Ressource dargestellt wird. Das zweite Bild der oberen Bilderstrecke in Abb. 35 verdeutlicht des Weiteren, dass nicht nur die Überlagerung der räumlichen Ressourcen zu diesem Zeitpunkt der Interaktion offenbar bereits interaktiv verfügbar ist, sondern dass Gerhard ebenfalls an die vorab zugewiesene semiotische Doppelrolle der anwesenden Interaktionsteilnehmenden (vgl. Seite 188) als Repräsentanten einer Ansammlung von Menschen anschliessen kann, die eine „ANgeregte diskussion“ (Zeile 0485, Transkript 10) führen.

109 Dies gilt auch für *trps*, an denen noch kein Ende der Präsentation markiert wurde, siehe beispielsweise Seite 223f.



Ger: [also he (.) auf jede fall
#kamera • FLIEGT über diesen]tisch →,
Fra: ja, (0.26)
Ger:

und du SCHNA•PPST diese verschiedenen meinungen auf,



Fra: [ja,]
Ger: [und dann]fliegt • sie aber WEIter;
Fra: ja, (0.37)
Ger:

fliegt sie WEI•ter,



(0.45) bis dieser • TYP,
(0.73) da allein in de (.) aso (-)•entKAPselt oder auch gekApselt von der•gruppe;



(0.19) ALLEIN in der ecke steht;
(0.25) nur die • kamera bei IHM,
(0.58) dicht,
steht • nur (.) REde mit,
(0.85) ((NAME DES KUNDEN)); (1.00) • (1.65)

Abb. 35: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0506–0522 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Mit schnellen, abwechselnd mit der linken und rechten Hand ausgeführten deiktischen Gesten, deren Verweisräume sich auf Denis, Eddie und Frank beziehen lassen, stellt er symbolisierend aus der Perspektive des Kamerafluges das Aufschnappen „*verschiedene[r] meinungen*“ dar. Sowohl die Überlagerung des Tisches als auch diejenige der anwesenden Interaktionsteilnehmenden wird von Frank jeweils mit einem anschließenden „*ja*“ (Zeilen 0507 und 0510, Transkript 10) ratifiziert.

Die zweite Bilderstrecke in Abb. 35 illustriert im linken Bild den schnellen Wechsel zwischen der gestischen Darstellung der „*verschiedenen meinungen*“ und der Wiederaufnahme der Kameraperspektive, welche wiederum von Frank durch ein „*ja*“ (Zeile 0513 Transkript 10) ratifiziert wird. Entlang des rechten Bildes kann nachvollzogen werden, dass Gerhard im Vergleich zu den vorherigen gestischen Phrasen (beispielsweise zu Abb. 33) in einem erweiterten Gestenraum (Kipp et al. 2007) operiert. Zum Zeitpunkt des Standbildes hat er sich vornüber gelehnt, hält sowohl den Arm als auch die Hand weit über den Tisch ausgestreckt und markiert sowohl deiktisch als auch blicklich ko-expressiv zum „*weiter*“, dass der Verweisraum seiner Geste nicht mehr über dem Tisch zu verorten ist, sondern darüber hinaus projiziert wird. Damit bereitet er eine weitere Origoverschiebung vor, welche an bereits etablierte mentale Ressourcen anknüpft und im Zuge der nächsten Intonationsphrase gestisch unterstützt wird. Im Zuge der Präsentation seiner ersten Hervorbringung (siehe Kapitel 6.4.1) konnte nachgezeichnet werden, dass Gerhard mittels Rückgriff auf verbale, proxemische und blickrichtungsbezogene Ressourcen (Seite 182ff) den *typ* aus der erzählten Welt mit seinem Körper gleichsetzte und diesen dadurch animierend visuell zur Verfügung stellte. An ebendiese Überlagerung seines eigenen Körpers mit der Figur seines Szenarios knüpft er in der Folge an, wobei der Wechsel zwischen der Darstellung der Kameraperspektive und der Verfügbarmachung des „*TYP*“ mit einem Aufrichten des Oberkörpers, dem Auflösen der vorangegangenen Gestenhaltung und einem schweifenden Blick über die anderen Interaktionsteilnehmenden einhergeht und dergestalt deutlich ein *change of footing* (Goffman 1981: 128) markiert.

Die daraus resultierende Origoverschiebung verdeutlicht Gerhard durch seine Hände, die er nun auf der Höhe seines Kopfes hält (siehe Abb. 35, zweitunterste Bildstrecke links): Mittels leicht in die Richtung seines eigenen Kopfes geneigter Handinnenflächen markiert er die Perspektive und den Ausschnitt des Typs, der im Zuge des vorab inszenierten Kamerafluges nun sichtbar wird. Dass diese Darstellung nun in einem Rahmen zu verorten ist, der von den räumlichen Ressourcen weiter entfernt ist als derjenige, der

vorab aufgewendet wurde, um die Darstellung der verschiedenen Meinungen zu inszenieren, markieren die nachfolgenden Gesten, mit welchen er (zweitunterste Bildstrecke in Abb. 35) ko-expressiv zu „*entKAPselt*“ auf sich selbst zeigt und anschliessend die „*gruppe*“, von welcher die Figur entkapselt sei, nicht entlang der anwesenden Interaktionsteilnehmenden verortet, sondern symbolisierend oberhalb des Tisches lokalisiert¹¹⁰.

Die Kamera, deren Flug Gerhard gestisch bis in die Ecke der erzählten Welt inszenatorisch begleitet hatte, wird nun ein letztes Mal von ihm gestisch wiederaufgenommen. Seine Hand, die er jetzt deutlich näher bei seinem Körper platziert hat als bei den vorherigen gestischen Kameradarstellungen, markiert ein weiteres Mal die semiotische Doppelrolle (Stukenbrock 2015: 395) seines eigenen Körpers als Zeigender und gleichzeitig den *typ* Darstellender, dem die gestisch symbolisierte Kamera ganz nah sei. Gleichzeitig lässt sich beobachten, dass die linke Hand, welche zuvor zentral an der Etablierung des Szenarios beteiligt war, nun in eine Ruheposition in Gerhards Schoss zu liegen kommt. Damit einhergehend sind sowohl das langsamere Sprechtempo als auch die längeren Sprechpausen Indikatoren dafür, dass Gerhards Präsentation sich dem Ende zuneigt (Schegloff/Sacks 1973: 303). Mit dem Auflösen seiner letzten Geste, mit welcher er den Höhepunkt seines Films auf dem vor sich liegenden Papierstapel verortet („*rede mit*“ Transkript 10, Zeile 0520) und daraufhin auch seine rechte Hand in den Schoss legt, markiert er denn auch den Abschluss des Szenarios.

Der obige Nachvollzug der Präsentationssequenz verdeutlichte den Aspekt, dass die Präsentierenden zur Darstellung ihrer Hervorbringungen lokal anschlussfähige, mental-imaginierte Ressourcen etablieren, welche im diskutierten Ausschnitt dezidiert auch physisch vorhandene Raumstrukturen umfassen. Durch die zweite Präsentationssequenz konnte aufgezeigt werden, dass diese Ressourcen ihre Relevanz nicht nur hinsichtlich Bewertungs- und Weiterentwicklungssequenzen entfalten (vergleiche Kapitel 6.5.1, 6.5.5.1, sowie 6.5.5.2), sondern auch von den Präsentierenden selbst genutzt werden, um weitere Präsentationen entlang bereits etablierter mentaler Ressourcen visuell verfügbar zu machen. Die Präsentierenden erarbeiten dadurch ein ganzes Set an Referenzen, welche innerhalb dieser temporal und lokal begrenzten Austauschsequenzen anschlussfähig sind. So konnte, wie nachgezeichnet wurde, Gerhard im oben diskutierten Ausschnitt durch

110 Dieser Mechanismus des räumlich-distanzierten Inszenierens wurde analog auch an anderer Stelle beobachtet, siehe hierzu Seite 214f.

den Verweis „=*genau ähnlich wie am anfang beim ersten film*;“ (Transkript 10, Zeile 0486) an die zuvor eingeführten (siehe Kapitel 6.4.1) mentalen Ressourcen und die damit einhergehenden Überlagerungen räumlicher Strukturen und Körper anschliessen.

Die Bedeutung der Etablierung solcher mentaler Ressourcensysteme zur Verfügbarmachung von Szenarien ist für die untersuchten Austauschsequenzen nicht zu unterschätzen: Über die Bearbeitung der interaktiven Aufgabe, noch nicht Vorhandenes sichtbar zu machen, tragen sie dem Umstand der Zeitknappheit und der Effizienzmaxime derartiger Prozesse Rechnung (vergleiche hierzu auch Kapitel 6.4.3.1).

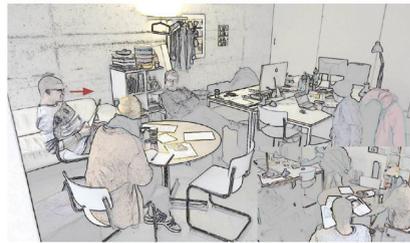
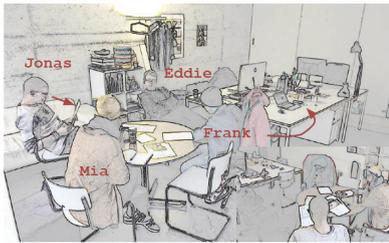
6.4.2.2. *Räumliche Überlagerung beim Kaffeekränzchen*

Das nächste Beispiel dient als weiterer Beleg für die entlang der Schlüsselsequenz herausgearbeitete Herangehensweise präsentierender Personen an das interaktive Problem, das sich bei der Präsentation von Hervorbringungen in frühen Stadien der Werbemittelentwicklung stellt; also den Umstand, dass die Präsentierenden ihre Hervorbringungen den anderen Interaktionsbeteiligten wahrnehm- und verfügbar machen müssen, ohne dabei auf materialisierte Formen der jeweiligen Hervorbringung zurückgreifen zu können. Darüber hinaus wird die Fortsetzung des nachfolgend diskutierten Ausschnitts in späteren Kapiteln (6.5.2.2 und 6.5.5.3) nochmals aufgenommen, um im sequenziellen Vollzug nachzeichnen zu können, dass die Präsentierenden durch ebenjenes Verfügbarmachen der Hervorbringungen interaktiv anschlussfähige, mentale Ressourcen etablieren, welche den anderen Interaktionsteilnehmenden in einem nächsten Schritt ebenfalls zur Verfügung stehen. Über die Etablierung mentaler Ressourcen, die im Zentrum steht, dient der Ausschnitt zudem als interaktive Spiegelung der in der Raumanalyse herausgearbeiteten Befunde, da unter anderem Mobilitätsaspekte (siehe Kapitel 3.6.3) im interaktiven Vollzug relevant gesetzt und bearbeitet werden (vgl. hierzu auch Kapitel 6.5.2.2).

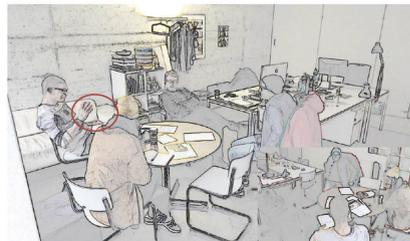
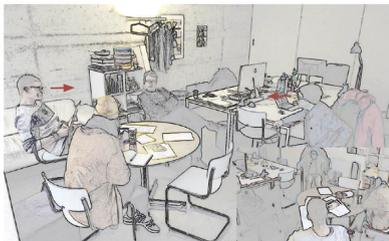
Der Ausschnitt,¹¹¹ welcher im Folgenden im Zentrum stehen wird, stammt aus dem Subkorpus „Athene“ (vgl. Kapitel 3.5) und spielt sich im Büro der Creative Directors ab. Die Szene ist Teil einer zeitlich terminierten

111 Das zugehörige Beratungsgespräch ist ebenfalls in der Datenerhebung eingefangen, wird allerdings aus datenschutztechnischen Gründen (vgl. Kapitel 3.2) weder abgebildet noch als Hintergrundinformation verwendet. Die hier angeführten Kontextinformationen wurden ausschliesslich aus der gesamten Aufnahme des nachfolgenden Interaktionsausschnittes gewonnen.

Austauschsequenz (vgl. Kapitel 6.3.1), die zum Zeitpunkt der nachfolgenden Illustration (Abb. 36) bereits seit 12 Minuten im Gange ist und sich um die Werbemittelentwicklung für eine Fastfood-Kette dreht, welche eine Kaffeeaktion bewerben möchte. An der Interaktion sind nebst den beiden Creative Directors Eddie und Frank die Mitarbeitenden Jonas und Mia beteiligt.



Jon: also dann der nächste spot is mit Äh::spot coffee POAdey.
 (0.94) • na?
 an einem nächmitta:g=Im hAUus einer alten `LADy;
 (0.39) <<mit hoher Stimme> !DING! • !DONG! >;
 (0.39) die tor äh die TÜrklingel;=
 =un: die: Erste beSUCHerin kommt (rein/do),=



=kü • sschen `LINKS küsschen `rEchts;=
 =A:h[(schön das du)] (da bist Emma);
 Fra: [((hustet))]
 Jon: <<mit hoher Stimme> `DING • `dOng >



die nächste <<mit hoher Stimme> `DING `dOng > ;
 die nächsten beIDen DAMen sie kommen;=
 (so kommt n)#• KAFfeKränzchen →
 #zusammen;(0.2) →die • gÄnzen Alten LADies;
 (0.23) die sitzen irgendwie #wUnderbar schon → • #zusammen → • ne,
 (0.43) die äh äh- (0.25) di:e äh <<dim> äh ähm: >;
 (1.07)

Abb. 36: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0580–0595 von A_171116_K6_Free_Coffee

Jonas, der sich aus der Perspektive der Kamera 6 (siehe Abb. 7 auf Seite 58) links befindet, hat gemeinsam mit Mia im Vorfeld Ideen für die geplante Werbekampagne gesammelt¹¹², von welchen er in den vorherigen 12 Minuten bereits drei Hervorbringungen zur Diskussion gestellt hat. Die sequenzielle Darstellung oben (Abb. 36) steigt an dem Punkt ein, an dem Jonas die vierte Umsetzungsidee zu präsentieren beginnt und die Überleitung dazu (siehe Kapitel 6.3, Seite 136) bereits vonstattengegangen ist.

Wie die ersten beiden Bilder in Abb. 36 aufzeigen, ist Jonas zu Beginn seiner Präsentation auf den Blätterstapel fokussiert, den er in beiden Händen auf seinem Schoss hält. Obgleich Jonas den Anfang seiner folgenden Hervorbringungspräsentation verbal deutlich markiert, sind nicht alle anderen Interaktionsbeteiligten über den gesamten Beginn¹¹³ hinweg auf ihn fokussiert: Frank, der sich auf seinem Bürostuhl am Tisch positioniert hat, wirft ihm zu Beginn seiner Präsentation einen Blick zu und rollt sich, nachdem Jonas diesen über 0.6 Sekunden lang nicht erwidert hat, vom Tisch zu seinem Arbeitsplatz. Dort angelangt, klickt er mehrfach auf das Trackpad seines Laptops, den Ober- und Unterkörper noch immer auf den Tisch hin ausgerichtet, und öffnet und schliesst Programme, bis Jonas ihn simultan zum zweiten onomatopoetisch-inszenierten Türklingelgeräusch („/DONG!“; Zeile 0583, Transkript 11, Seite 218) anblickt.

Die verbal-blicklich kombinierte Aufmerksamkeitsaufforderung (im Sinne einer dadurch nahegelegten Interaktionsfortsetzung) wird von Frank zeitversetzt blicklich erwidert (Abb. 36, Mitte links), woraufhin er sich wieder zurück an den runden Tisch zu rollen beginnt. Jonas, der sich dergestalt nun der Aufmerksamkeit aller anderen Interaktionsbeteiligten versichert hat, situiert daraufhin mit seiner Tempuswahl das Szenario temporal in der Gegenwart (und damit im für die Interaktionsteilnehmenden erfahrbaren Hier und Jetzt der Interaktion). Anschliessend untermalt er das verbale Küssen der ankommenden „Erste[n] beSUCHerin“ durch eine kurze Axialrotation seines Kopfes, indem er ihn ko-expressiv in schneller Folge nach „LINKS“ und „rEchts“ bewegt. Franks sich abzeichnende Rückkehr an den Tisch wird, mit gegenseitigem Blickkontakt, von Jonas verbal mit den Worten „=A:h[(schön_das_du)](da_bist EMma);“ (Zeile 0587, Transkript 11,

112 Auch dieses Gespräch ist in den Daten vorhanden und darf zwar nicht explizit abgebildet, aufgrund der Einverständniserklärungen allerdings zur Verdeutlichung des Hintergrundes verwendet werden.

113 Im Sinne eines *story preface* (Sacks 1998c: 226), für welches allerdings schon viele Vorbereitungen erfolgt sind, vgl. Kapitel 6.3.

Seite 218) begleitet. Auch wenn sich in der Folge eine Überlagerung der ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden mit den Figuren des Szenarios entfaltet, wäre es an dieser Stelle zu weit gegriffen, die Korrelation der verbalen Wertschätzungsausserung über die Anwesenheit der *EMma* und Franks Heranrollen in einen temporal-kausalen Zusammenhang mit der Etablierung mentaler Ressourcen zu stellen. Nichtsdestotrotz ist die Überlappung der impliziten Adressierung der Intonationsphrase mittels Blickfokussierung erwähnenswert, da der Äusserung doch zumindest eine kommentierende Funktion zugeschrieben werden kann, die auf die vorliegende Interaktionskonstellation im Konkreten und die Prämisse der Aufmerksamkeitsfokussierung im Allgemeinen verweist.

In dem Moment, in welchem Frank sich eine Armlänge vom Tisch entfernt befindet, kommt die Rollbewegung seines Bürostuhls vorerst zum Stillstand. Parallel dazu legt Jonas den Blätterstapel, den er zuvor in beiden Händen gehalten hat, mit der linken Hand auf den Oberschenkeln ab und akzentuiert das nächste Türklingeln mit einer Geste seiner rechten Hand (Abb. 36 Mitte rechts). Während der nächsten beiden Intonationsphrasen löst Jonas nun auch die linke Hand vom Blätterstapel. Wie oben ausgeführt, liessen sich bereits vor diesem Zeitpunkt untermalende und darstellende körperliche Handlungen seitens Jonas' nachzeichnen; der Moment, indem er den Blätterstapel lässt, markiert allerdings einen Übergang in eine neue Qualität (im Sinne eines *change of footing*, Goffman 1981: 128) und eine höhere Dichte der Verfüg- und Wahrnehmbarmachungsaktivitäten durch Jonas. Dieser kann nun nicht nur beide Hände und Arme frei bewegen, sein Blick ist nun auch konsequent vom Blatt weg hin zu den anderen Interaktionsteilnehmenden ausgerichtet. In der Folge etabliert Jonas einen proxemisch in seinem Gestenbereich eingrenzbaeren mentalen Raum, innerhalb und anhand dessen er seine Hervorbringung für die anderen Interaktionsteilnehmenden primär unter Aufwendung seines Oberkörpers und der oberen Extremitäten darstellt und wahrnehmbar gestaltet.

Den Anfang dieser Etablierung stellt die zweifach wiederholte Gestenphrase (Kendon 2004: 108) dar, mittels welcher Jonas einen Kreis durch Bogenbewegung beider Hände vor seinem Oberkörper beschreibt (siehe Abb. 36 untere Bilderstrecke). Die Phrasen werden koexpressiv zu den Worten „*KAFfekränzchen*“ (vom pre-stroke hold zu stroke)¹¹⁴, „*zusAmmen*“ (Retraktion), „*wUnderbar schon*“ (vom pre-stroke hold zu stroke) und „*zuSAMmen*“ (Retraktion) vollzogen, wobei sich die Ruheposition (ebd.: 111) hinsichtlich

114 Zur Begrifflichkeit siehe Stukenbrock (2015: 24).

der Handinnenflächenausrichtung und der Fingerkrümmung (siehe Abb. 36 untere Bilderstrecke) voneinander unterscheiden. Die erste Gestenphrase endet mit nach oben geöffneten Händen und einer Position, in welcher er die Finger in der Verlängerungsachse zu den Interaktionsteilnehmenden hält, während die zweite Phrase mit zum Oberkörper gerichteten Handinnenflächen und leicht gekrümmten Fingern abgeschlossen wird. Betrachtet man die ko-expressive verbale Ebene als Hinweise darauf, auf welche Konnotationen die Gestenphrasen über die Darstellung einer runden Form zusätzlich verweisen (Fricke 2012: 46), lässt sich eine erste Annäherung an eine gestisch initiierte Überlagerung der räumlich-interaktiven Strukturen mit imaginierten Ressourcen erahnen: Die erste Gestenphrase beschreibt simultan zum „KAFfekränzchen“ gleichermassen einen Kranz, der deiktisch im Zuge der ersten Retraktion in Bezug zu den ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden gesetzt wird, während die zweite Phrase den Verweisraum (durchaus auch prospektiv) in den Bereich vor Jonas' Oberkörper versetzt. Jonas zeigt (siehe Abb. 37 oben links) ko-expressiv zur „!GAST!geberin“ mit beiden Händen auf sich selbst (Stukenbrock 2015: 395) und markiert in diesem Zuge eine zu differenzierende semiotische Doppelbesetzung des eigenen Körpers, durch welchen er spricht und zeigt, und desjenigen, durch welchen er die Gastgeberin des Kaffeekränzchens animiert (Goffman 1981: 149).

Die darauf folgenden Intonationsphrasen werden, kohärent zur vorab erwähnten deiktischen Markierung, von einer körperlich inszenierenden Modalität begleitet, welche nicht nur die Überlagerung seines eigenen Körpers (Jonas = Verkörperung der Gastgeberin) verfestigt und in diesem Zuge die Etablierung weiterer mentaler Ressourcen im imaginierten Raum (Stukenbrock 2012a) ohne zusätzliche verbale Ankündigung ermöglicht, sondern dadurch auch die anderen Interaktionsbeteiligten (wie sich noch herausstellen wird, einseitig) in das Szenario (Brünner/Gülich 2002: 36) mit einbezieht. So formt Jonas, simultan zu „good CHIna“,¹¹⁵ mit beiden Händen eine runde Form auf dem Tisch, während seine Blickorientierung auf Eddie eine Adressatenorientierung und konditionelle Relevantsetzung von Eddie vermuten lassen. Es ist ausschlaggebend, darauf hinzuweisen, dass sich diese gestische Etablierung, wie auch die nachfolgenden, in einem anderen Gestenraumbereich (McNeill 1995: 89, Kipp et al. 2007) vollzieht: Statt

115 Diese Kollokation ist offenbar eher selten; weitaus gebräuchlicher scheint der Begriff *fine china*, der im US-Amerikanischen Sprachgebrauch auf ein edles Porzellanservice verweist (Hoad 2003).

die Geste in naher Distanz zentral vor seinem Oberkörper zu realisieren, wie zuvor das „*KAFfekränzchen*“, vollzieht Jonas die ko-expressive „*good CHInä*“ Geste im unteren Gestenraum auf Tischhöhe und in weiterer Distanz.¹¹⁶ Die Etablierung der mentalen Ressource der Tasse geschieht entlang der realen räumlichen Ressourcen (*grounded*, vgl. Liddell 1995: 25 f.) und erweitert diese imaginativ.

An die Etablierung der zu imaginierenden Tasse anschliessend, vollzieht Jonas parallel zu den Backchannelsignalen, die er intonatorisch deutlich von den vorherigen Intonationsphrasen differenziert artikuliert, eine weit ausladende Einschenkgeste in Eddies Richtung (Abb. 37 oben dritte Abbildung von links) und hält ihm die vorab gestisch etablierte Tasse das langezogene „*HM:*“ begleitend hin (Abb. 37 oben links). Obgleich diese multimodal aufwändig gestalteten Verfahren der räumlichen Situierung, Figurendarstellung und Szenarioetablierung einen Spielraum für Partizipation ermöglichen würden (Stukenbrock 2012b: 361) und Eddie Jonas' Blick, soweit die Kameraperspektive diesen Schluss zulässt, zu erwiedern scheint, verändert Eddie während der gesamten Äusserungssequenz seine zurückversetzte Sitzhaltung, die verschränkte Armposition und auch seine Oberkörperausrichtung nicht. Die Absenz einer konditionell erwartbaren Reaktion seitens Eddies füllt Jonas durch ein selbstevaluatives, erheitertes „*SO*“.

Der nächste Teilabschnitt (zweite Bilderstrecke in Abb. 37) ist geprägt von einer Reihe von Origoverschiebungen, deren erste durchaus im Sinne einer weiterführenden Bearbeitung des oben beschriebenen Partizipationsvakuums verstanden werden kann: Jonas übernimmt die zustimmenden Handlungen der anderen Besucher_innen des Kaffeekränzchens selbst. Die nun dreifache Überlagerung seines Körpers (Jonas=Gastgeberin=Gast) wird nach einer kurzen Verweisgeste der linken Hand, welche ko-expressiv zu „*Alle*“ den Suchraum in Eddies Richtung verortet, durch abermalige Abwandlung der intonatorischen Qualität und Frequenz des darauffolgenden *response cry* (Goffman 1981: 78 f.) sowie der körperlichen Darstellung des Trinkens mit der rechten Hand eingeleitet. Die Übernahme der Figur eines/ des Gastes wird über die nächste Intonationsphrase hinweg aufrecht gehalten („=*weisst_du machst_n die bEste kaffe oda?*“, Zeile 0600, Transkript 11) und körperlich durch ausladende, gesprächs begleitend-imitierende Gesten in Szene gesetzt (siehe Abb. 37, zweite Bilderstrecke).

116 Die Gestenräume werden im Laufe der Analyse visualisiert dargestellt, siehe Abb. 38 auf Seite 214.



Jon: die !GA • ST!geberin ne?=
 =schenkt aus ihrem
 (0.3) <<amüsiert> SO >;

(good • CHIna) so;
 (0.24) • (guAt)

so HM:: •-



und Alle • OAH::,=
 =(weisst_du machst_n

• die) bEste kaffe oda •?

(0.16) MH'M •?



(0.19) I gonna
 bring some • MORE ne?
 GEHT dann so • mit diesA,

(0.22) (xxx) CHIna,
 (0.28) chIna: küche in die tür so

• FLIPP tür so küche zu,
 (0.14) so • HM.



(0.3) <<amüsiert> SO >;
 (0.48) sie brAucht MEHR kaffee?
 (0.85) 'TÜR • auf;

(0.11) • wEr beLIEfert sie mit dem kaffee;

(0.2) • unser MÄDchen

(bringt derweil);
 der JÜNge aufm fAhrrad,=

Abb. 37: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0597–0612 von A_171116_K6_Free_Coffee

Aufgrund der Überlagerung der räumlichen und körperlichen Ressourcen können dabei die Intonationsphrasenbewegung und der simultan erfolgende Blick auf Eddie ambigüe als Rückversicherungsformel an die vorab deiktisch in dessen Richtung verwiesenen „*Alle*“ verstanden werden, aber auch als an Eddie selbst gerichtet. Eine (evaluative) Bestätigung bleibt allerdings selbst nach dem anschliessenden „*MH'M?*“, das ebenfalls im doppelten Kontext¹¹⁷ verstanden werden kann, auch an dieser Stelle aus.

Der darauf folgende Teilabschnitt (in Abb. 37 durch die dritte Bildstrecke dargestellt) verdeutlicht hinsichtlich der elliptischen verbalen Ebene, dass die mentalen Ressourcen nunmehr etabliert sind – Jonas schildert die Folgehandlung der Figur primär körperlich, wobei die verbale Ebene eine ergänzend/kommentierende Funktion einnimmt. Der den Abschnitt einleitende unangekündigte sprachliche Wechsel „*I gonna bring some MORE nE?*“ kann sowohl als Markierung der indirekten Rede (Günthner 1999, 2000, 2006, 2007, Brüner 1991, Holt 1996) als auch im Sinne einer Adressat_innenorientierung an die Interaktionsteilnehmenden¹¹⁸ sowie die durch sie dargestellten (respektive in diesem Raum zu verortenden) Gäste verstanden werden. Die in der Sequenz folgenden Satzfragmente (Auer 2009) verweisen allesamt auf die körperliche Ebene und partiell auf bereits etablierte mentale Ressourcen. So wird das Pronomen „*diesA*“, mit dem die Gastgeberin „so geht“ (Stukenbrock 2015: 427–432), bereits vorab körperlich durch Wiederaufnahme der Tassengeste (Abb. 37 zweites Bild oben) in Verbindung mit dem Auf-und-Abwippen konkretisiert, bevor die verbale Verstärkung „*CHInä*“ (Zeile 0604 f, Transkript 11) erfolgt. Der anspruchsvolle Origowechsel des Szenarios – die Gastgeberin bewegt sich in die Küche und damit aus einem mentalen Raum in den nächsten – wird wiederum gestisch an bereits etablierten Ressourcen und deren räumlicher Verankerung bearbeitet. Zu Beginn seiner Darstellung hat Jonas (Abb. 36 auf Seite 207, Mitte rechts) bereits den Gestenraum nahe vor seinem Oberkörper dazu genutzt, auf die zu imaginierenden Raumstrukturen im Gesamten zu verweisen – und das „*KAFfekränzchen*“ entsprechend verortet.

117 Dieser kann aufgrund der mehrfachen körperlichen Überlagerung einerseits als Rückversicherungs-aufforderung, andererseits in Kombination mit der intonatorischen Veränderung und der körperlichen Verschiebung vom Tisch hinweg als antizipierende Markierung eines folgenden Figurenwechsels gefasst werden.

118 Eddies L1 ist das Englische, zudem verständigt er sich primär auf Englisch, siehe Fussnote 93.

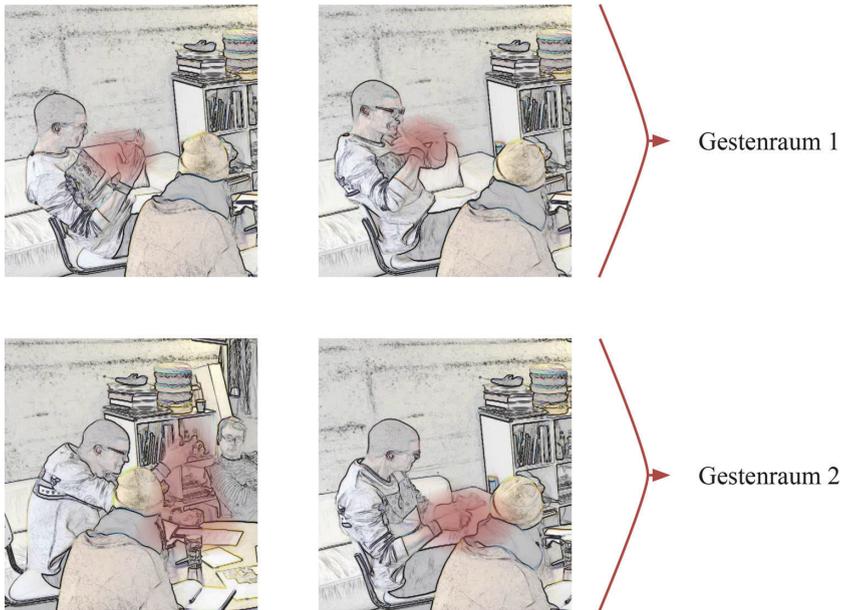


Abb. 38: Vergleich Gestenräume Jonas (A_171116_K6_Free_Coffee, Zeilen 0580–0618)

Diese Situierung nimmt er nun ein weiteres Mal auf und markiert an derselben Stelle innerhalb des Gestenraums (siehe Abb. 38, Gestenraum 2) den Übergang von einem Raum in den nächsten, indem er die Flügelbewegungen der „Fliptür“ (Zeile 0605, Transkript 11) symbolisierend darstellt. Wie auf der letzten Visualisierung der dritten Bildstrecke zu erkennen ist (Abb. 37), wechselt er – einen Übergang von den imaginierten Raumstrukturen (Stukenbrock 2012a) zur figurativen Darstellung markierend – den Gestenraum vom oberen Thoraxbereich in den unteren. Der darauffolgende Blick über die linke Schulter richtet sich in der Folge auf eine reale Raumstruktur, die bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht mit zu imaginierenden Strukturen überlagert wurde, und situiert dergestalt den erfolgten Übergang in den ‚neuen‘ Raum der Küche.

Die Differenzierung der Gestenräume zieht sich auch über die nächste Intonationsphrase kohärent weiter; Jonas vollzieht (Abb. 37 unten links) ko-expressiv zur Äußerung „TÜR auf;“ eine schnelle geschlossene Handgeste vom unteren Thoraxbereich in den oberen. Dadurch wird die vorab

im Kleinen an der gesamten zu imaginierenden Raumstruktur gezeigte Tür im realen Raum verankert und körperlich darstellbar etabliert. Die nächsten beiden Intonationsphrasen eröffnen gestisch unterstützt einen Partizipationsspielraum für Frank und Eddie – die rhetorische Frage „*wEr beLIEfert sie mit dem kaffEe;*“ wird deiktisch an Frank gerichtet, während die Antwort in den Verweisraum von Eddie verortet wird.



Jon: (0.2) unser MÄDchen (bringt derweil);
 der JUNge • aufm fAhrRad,=
 =bringt irgendwie so • die kAFFEE cUps her,=
 =(dann) sie so • (.) OH dAnke;= #•tür wiede ZU→;



(0.39) LEERT#• den wieder rEin→;
 (0.24) #macht • wieder die tÜR →auf;
 (0.34) <<mit hoher Stimme>> wHO wAnts some MO • RE >;

Abb. 39: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0611–0618 von A_171116_K6_Free_Coffee

Den Abschluss seines Szenarios gestaltet Jonas im Vergleich zur vorangegangenen Elaboration der Szenerie und der Personen kompakt, wobei ihm die bereits erfolgte Etablierung der Gestenstrukturen und der Ausdifferenzierung der beiden Gestenräume nachweislich zugutekommt. Während „*der JUNge aufm fAhrRad,=*“ (Transkript 11, Zeile 0612) noch entlang des Gestenraumes 1 (siehe Abb. 38) verortet wird, markiert Jonas die anschließende Perspektivenübernahme dieses Jungen bereits im Laufe der Intonationsphrase mittels eines kurzen Blicks auf Eddie (in dessen Richtung die Figur vorab bereits gestisch verortet wurde) und stellt die Übergabe der Kaffeebecher entlang des Gestenraumes 2 symbolisierend dar. Ohne daraufhin wieder den Gestenraum zu wechseln, vollzieht Jonas einen weiteren

Perspektiven- und Origowechsel, der verbal über den Personalpronomenwechsel „(dann) sie so“ eingeleitet wird, sich darüber hinaus die Überlagerung der räumlichen Ressourcen zu Nutze macht und das anschließende „(.) OH dAnke;=“ mit Blick auf Eddie, zu ihm richtet. Nicht nur das Schliessen der Tür sowie das Umfüllen der Kaffeebecher, sondern auch der anschließende Übergang von Küche zu Besucher_innenraum und das Beenden der Szene durch Anbieten einer weiteren Kaffeerunde (Sacks 1998c: 228) werden in schneller Folge vollzogen. Diese gestischen und körperlichen Handlungen orientieren sich allesamt an bereits etablierten mentalen Ressourcen und dergestalt mental überlagerten Raumstrukturen (siehe Abb. 39).

In der Gesamtschau der Mikroanalyse der obigen Sequenz zeigt sich deutlich, dass Jonas im Vollzug der Präsentation seiner Hervorbringung nicht nur bestehende räumliche Ressourcen nutzt, um seine Idee darstellen zu können, sondern diese mittels gestischer, mimischer, proxemischer, blicklicher und verbaler Ressourcen erweitert. Wie im Verlauf der Sequenz nachgezeichnet werden konnte, sind die dergestalt etablierten mentalen Ressourcen innerhalb der Interaktionssequenz anschlussfähig und interaktiv verfügbar; Jonas muss nicht stets aufs Neue das Szenario räumlich verorten, Figuren entlang anderer Strukturen verankern, Gestenräume markieren und symbolische Gesten vollziehen, sondern kann an die vorab etablierten mentalen Ressourcen anknüpfen.¹¹⁹

Auch wenn die oben diskutierte Sequenz primär unter dem Fokus der Wahrnehmbarmachung einer noch nicht materiell vorhandenen Hervorbringung via Etablierung mentaler Ressourcen verhandelt wurde und zur Nachvollziehbarkeit dieses Aspekts diente, sollte dennoch darauf hingewiesen werden, dass sich auch in der in diesem Kapitel verhandelten Sequenz eine ganze Reihe von (selbst-)evaluativen Elementen nachzeichnen lässt, durch welche Jonas seine Idee kontextualisiert und die nachfolgende Bewertungssequenz mitprägt (siehe Kapitel 6.4, Befund (2)). Zentrale Aspekte sind hierbei insbesondere die Stilisierungselemente auf verbaler und körperlicher Ebene (Kotthoff 2005, Scharloth 2009, Keevallik 2010), welche die Figurenwechsel markieren (Maury-Rouan 2011: 314, Stec et al. 2016) und die fiktive Redewiedergabe (Goffman 1981: 149) kontextualisieren (Brünner 1991, Holt 2000, Bublitz/Bednarek 2006) sowie die Origoverschiebungen untermalen. Abgesehen davon, dass eine Redewiedergabe – auch eine

119 Wie sich zeigen wird, gilt dies auch für die anderen Interaktionsteilnehmenden, die bei der Etablierung selbst nicht aktiv beteiligt waren (siehe Kapitel 6.5.2.2 sowie 6.5.5.3).

fiktive – pragmatisch betrachtet grundsätzlich immer auch eine evaluative Komponente aufweist (Bublitz/Bednarek 2006: 550), sind (im Sinne von Stukenbrock 2012b) die obigen Elemente über ihre Funktionalität bezüglich der Verfüg- und Wahrnehmbarmachung der Hervorbringung auch einer internen Wertungshierarchie unterworfen (und werden auf dieser Basis auch begründet, siehe Kapitel 6.5.2.2, oder wiederaufgenommen, siehe Kapitel 6.5.5).

So lässt sich im letzten Abschnitt der Sequenz exemplarisch aufzeigen, dass gewisse Elemente innerhalb der von Jonas verfügbar gemachten Hervorbringung nicht gleichermassen relevant sind, respektive eine interne Hierarchie der Wertigkeit aufweisen, welche durch Jonas deutlich markiert wird. So spielt beispielsweise im letzten Abschnitt das Gender der Person, welche der Gastgeberin den Kaffee bringt, keine zentrale Rolle (die Intonationsphrasen 0611f markieren durch den Wechsel von „MÄDchen“ zu „JUNge“ das Gender als fungibel) – der Aspekt des Alters wird hingegen relevant gesetzt (es ist keine Frau oder ein Mann, der die Kaffeebecher bringt). In diesem Sinne lassen sich verschiedene Faktoren in ein durch Jonas transparent gemachtes Wertungssystem einordnen; so werden beispielsweise das Alter sowie das Gender der Protagonistin und die damit verbundenen zusätzlichen Konnotationen deutlich als signifikant markiert. Darüber hinaus wird die Gastgeberin nicht nur einfach als betagt, sondern als „alte[n] LADy“ (Zeile 0582) spezifiziert, die mit weiteren von „beSUCHerin[en]“ (Zeile 0585) ein Kaffeekränzchen abhält, die im Verlauf der Interaktionssequenz weiter als „DAMen“ (Zeile 0591) und „Alten LADies“ (Zeile 0593) konkretisiert werden. Jonas setzt dergestalt über das Alter und Gender auch den sozialen Stand sowie die weiteren konnotativen Aspekte der Lexeme *Dame* und *Lady* relevant. Im Gegensatz dazu werden die Anzahl der beim Kaffeekränzchen anwesenden Personen wie auch die Raumausstattung, Kleidung und konkrete Körperhaltungen unausgeführt nebensächlich markiert (vergleiche hierzu die Schlüsselsequenz in Kapitel 6.4.2, in welcher die Körperorientierung und –position deutlich als signifikant markiert wurde). Selbiges gilt auch für das Kaffeeservice, das unter dem Aspekt der Materialität und Wertigkeit elaboriert wurde (*good china*) und die konnotativen Ebenen der „LADy“ weiter verdichtet, deren effektive Ausgestaltung allerdings gestisch wie auch verbal als variabel markiert wird.

Diese Gewichtung einzelner Aspekte unter Auslassung anderer ist in den in dieser Studie untersuchten Settings mehr als nur Teil eines alltäglichen Erzählverfahrens, in welchem ebenfalls eine Selektion der kommunizierten

Details vorgenommen wird. Vielmehr ist sie im Lichte der das Feld dominierenden Aspekte der Zeitknappheit¹²⁰ durch die interaktive Konstellation und die Sachzwänge der Branche per se bereits signifikant gesetzt. Unter diesen Voraussetzungen erhalten die oben exemplarisch genannten Aspekte eine Dimension, welche ihrerseits auf antizipierte Bewertungsgrundlagen verweist: Wenn die Selektion nicht auf einem anderweitigen (beispielsweise erinnerungsbasierten) Mechanismus beruht, sondern ihr eine (zeitbedingt erzwungene) Reduktion auf das Nötigste innewohnt, dann verweist, ethnomethodologisch gedacht, ebendiese Logik auf die Bewertungsgrundlagen (im Sinne einer institutioneller oder gar branchenweiten Normvorstellung) selbst zurück, welche in diesem Moment an die Oberfläche geraten und in der Interaktion aktualisiert werden. Dies bedeutet einerseits, dass die einzelnen konkreten Aspekte des Szenarios bedeutungskonstitutiv sind, wenn sie nicht explizit als unbedeutend markiert werden, und andererseits, dass die Hervorbringung per se bereits eine ist (siehe hierzu Kapitel 6.3.1.3), die es wert ist, verhandelt zu werden. Dadurch gerät in einem übergeordneten, akkumulierten Blick der Fokus auf diejenigen Elemente der Hervorbringungen, welche als signifikant markiert werden oder die Hervorbringungen per se als relevant einordnen. Ebendiesen Kategorien der Selektionsmechanismen widmet sich dezidiert das nächste Kapitel.

Transkript 11: A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0580-0618)

0580 Jon: also dann der nächste spot is mit Äh::spot coffee POAdey.
 0581 (0.94) na?
 0582 an einem nachmitta:g--Im haUs einer alten `Lady;
 0583 (0.39) <<mit hoher Stimme> !DING! !DONG! >;
 0584 (0.39) die tOr_äh die TÜRklingel;=
 0585 =un: die: Erste beSUCHerin kommt (rein/do),=
 0586 =küsschen `LINKS küsschen `rEchts;=
 0587 =A:h[(schön _ das _ du)](da _ bist EMma);
 0588 Fra: [((hustet))]

120 Im doppelten Sinne, da innerhalb der Werbeagenturen eine Zeitknappheit der Verhandlung von Hervorbringungen (vgl. z.B. Krämer 2014: 266) besteht und das Produkt der Agenturen sich im Wettbewerb mit anderen kommunikativen Formen unter dem Prädikat der limitierten Aufmerksamkeitsressourcen der jeweiligen Zielgruppe behaupten muss (Zurstiege 2015: 20). Daher stellt eine Reduktion und Selektion der Inhalte innerhalb immer kürzer werdender Zeitspannen einen treibenden Faktor der Werbung und ihrer Ausformungen dar (Nöcker 2014).

0589 Jon: <<mit hoher Stimme> ´DING `dOng > ;
 0590 die nächste <<mit hoher Stimme> ´DING `dOng > ;
 0591 die nächsten beiden DAMen sie kommen;=
 0592 (so kommt _n)KAFFekränzchen zusAMmen;
 0593 (0.2) die gAnzen Alten LADies;
 0594 (0.23) die sITzen irgendwie wUnderbar schon zuSAMmen ne,
 0595 (0.43) dIe äh äh- (0.25) di:e äh <<dim> äh ähm: >;
 0596 (1.07)
 0597 Jon: die !GAST!geberin ne?=
 0598 =schenkt aus ihrem (good CHIna) so;
 0599 (0.24) (guAt) so HM::- und Alle OAH::,=
 0600 =(weisst _du machst _n die) bEstE kaffE oda?
 0601 (0.16) MH´M?
 0602 (0.19) I gonna bring some MORE ne?
 0603 GEHT dann so mit diesA,
 0604 (0.22) (xxx) CHIna,
 0605 (0.28) chIna: küche in die tÜR soFLIPP tür so küche zu,
 0606 (0.14) so HM.
 0607 (0.3) <<amüsiert> SO >;
 0608 (0.48) sie brAucht MEHR kaffee?
 0609 (0.85) ´TÜR auf;
 0610 (0.11) wEr beLIEfert sie mit dem kaffEe;
 0611 (0.2) unser MÄDchen (bringt derwEil);
 0612 der JUNge aufm fAhrrad,=
 0613 =bringt irgendwie so die kaffEE cUps her,=
 0614 =(dann) sie so (.) OH dAnke;=
 0615 =tÜR wiede ZU;
 0616 (0.39) LEERT den wieder rEin;
 0617 (0.24) macht wieder die tÜR auf;
 0618 (0.34) <<mit hoher Stimme> whO wants some MORE >;

6.4.3. Selbstevaluative Sequenzen

Das folgende Kapitel orientiert sich entlang zweier Kategorien unterschiedlich strukturierter Selbstevaluationen, welche sich aus der Gesamtschau der in die Analyse eingeflossenen Sequenzen (siehe Kapitel 3 und 6.1) eruieren liessen:

1. Verbale Selbstevaluationen der Hervorbringungen
2. Körperliche Selbstevaluationen der Hervorbringungen

Das Ziel des Kapitels besteht darin, unter Berücksichtigung der jeweiligen Spezifika und des Bewertungsobjekt (handelt es sich um die gesamte Hervorbringung, oder werden nur Teile fokussiert?) nachzeichnen zu können, welche Bewertungsaspekte im Zuge dieser Selbstevaluationen durch ihre Relevanzsetzung als bedeutsam eingeordnet werden – und darauf aufbauend einen Rückschluss auf die ihnen inhärenten Sollwerte (Hartung 2000) zu ziehen. Diese Sollwerte werden am Ende des Kapitels 6.4.3.2 gebündelt an die arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition zurückgebunden.

6.4.3.1. Verbale Selbstevaluationen der Hervorbringungen

Verbale Selbstevaluationen der Hervorbringungen, die durch Personen vorgenommen werden, die sie zur Verhandlung stellen, finden sich meist zu Beginn der Präsentationssequenzen und sind damit zwischen der Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses und der eigentlichen Präsentation zu verorten. Da diese oftmals als Einschübe oder Vorbemerkungen markierten Sequenzen multimodal äusserst variationsreich realisiert werden, ist es anspruchsvoll, Befunde zu verfestigen, die über blosser Tendenzaussagen hinausgehen. Nichtsdestotrotz soll in der Folge die Bandbreite entlang verschiedener Sequenzausschnitte illustriert und, wo immer möglich, in einen grösseren Kontext gerückt werden. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass die hier diskutierten Selbstevaluationen im Vergleich zu solchen, die vor Weiterentwicklungssequenzen positioniert sind (siehe Kapitel 6.5.5), deutlich seltener explizit auf verbaler Ebene produziert werden, sondern gerade im modalisierenden Spektrum oftmals körperlich phrasiert sind.

Verbale Evaluationen – Präsentationsabbruch

Die erste Kategorie verbaler Selbstevaluationen, die im Folgenden verhandelt wird, verweist explizit auf die zugrundeliegenden Sollwerte (ebd.), welche innerhalb des untersuchten Korpus fest verankert sind – und ist aufgrund ihrer interaktiven Fortsetzung weitreichend: Selbstevaluationen dieser Kategorie führen zum Präsentationsabbruch.

Transkript 12: A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 1399-1404)

1399 Den: JOA: das wars;
 1400 ich glaube den dritten brauch ich gar nicht;
 1401 (1.17)
 1402 Den: brauch ich gar nicht vorstellen;

1403 der ist zwar witzIG,
1404 (0.28) aber er passt gar nicht;

Entlang des obigen Ausschnitts lassen sich zwei Sollwerte herausarbeiten, die miteinander im Konflikt stehen: Denis, der zuvor angekündigt hatte, drei Ideen präsentieren zu wollen, und soeben seine zweite Hervorbringung zur Diskussion gestellt hat, beendet seinen Präsentationslot vorzeitig und verweist dabei darauf, dass die nun nicht mehr vorgestellte Idee „*zwar witzIG*“ sei, aber „*gar nicht*“ passe (Zeile 1403f). Die Hervorbringung, die in der Folge auch nicht mehr präsentiert werden wird, erfüllt laut Denis' selbstbeurteilender Begründung zwar den Sollwert des Humors, der von ihm allerdings weniger stark als ein nicht näher ausgeführter Sollwert der Passung gewichtet wird. Des Weiteren verweisen die Zeilen 1400 und 1402 im obigen Transkript 12 insbesondere im Hinblick auf die Verbwahl auf die externe Verankerung dieser Sollwerte; Denis' wiederholte Erwähnung, er *brauche* den dritten gar nicht vorzustellen, verdeutlicht, dass er die Chancen der Ablehnung oder Verwerfung des Vorschlages als so hoch erachtet, dass er seine Hervorbringung gar nicht erst präsentiert.

Es lohnt sich, die beiden von Denis explizit gemachten Sollwerte näher zu betrachten, da sie über das konkrete Beispiel hinaus auf einen zentralen Konflikt innerhalb des Feldes verweisen und in ähnlicher Form wiederkehrend im Korpus auftauchen (vgl. Kapitel 6.5.4.2) sowie in anderen Untersuchungen in verwandten Kontexten aufzufinden sind (vgl. zum Beispiel Gulas/Weinberger 2006)¹²¹. Der erste Sollwert ist nicht zuletzt aufgrund der langen Tradition (Weiner 2000) wissenschaftlich konstatiertes Nähe von Humor und Kreativität (exemplarisch unter anderen Kotthoff 1998, Holmes 2007, Bateson 2013, Cekaite 2018, Vasquez 2019, Luria et al. 2019, Tsakona 2020) relevant, sondern insbesondere unter dem Aspekt des Neuen erwähnenswert. Denis' Beurteilung, seine Idee sei zwar witzig, ist dahingehend konstitutiv, dass sie der Hervorbringung einen potenziellen Erwartungsbruch zuweist und sie dadurch indirekt in die Kategorie des Unerwarteten, potenziell Neuen einordnet (vgl. Kapitel 4.5). Diese kategorielle Setzung wirft ein

121 Krämer verweist in seiner ethnographischen Untersuchung einer Werbeagentur auf folgende Bewertungsprinzipien, die bei den Rückmeldungen relevant gesetzt werden: „Zum ersten [...] das *Rechtfertigungsprinzip des (ästhetischen) Erlebens*, zum zweiten das *des Formalen* und drittens das *des Rational-Logischen*.“ (Krämer 2014: 272). Obgleich Krämer diese Prinzipien entlang der Rückmeldungen entwickelt, scheint der Vergleich aufgrund der Nähe des Sollwerts der Passung zu Krämers zweiter Kategorie durchaus angebracht.

Schlaglicht auf eine zentrale Prämisse der Verhandelbarkeit von Hervorbringungen; präsentierbar ist dasjenige, was im Grundsatz nicht schon bereits vorhanden ist¹²² – also vom normativ Erwartbaren und bereits Bekannten in gewisser Hinsicht abweicht (Hausman 2009: 5, Reckwitz 2016: 253).

Kontrastiert und in eine gewichtende Wertungshierarchie gestellt wird dieses „soziale Regime des Neuen“ (Reckwitz 2016: 253, 2016: 258) im oben abgebildeten Kontext, indem Denis auf die (fehlende) Passgenauigkeit der Hervorbringung hinweist. Dadurch wird einerseits die Dialektik des Neuen (Mahrenholz 2011: 21) ins Zentrum gerückt, andererseits aber auch die Zweitwertigkeit des Konzeptes des Neuen (ebd.), welches eine Abgrenzung gegenüber Bekanntem voraussetzt und dadurch davon abhängig ist, ganz konkret verhandelt. Das Prädikat des Neuen erscheint hier zwar als notwendige Prämisse, die jedoch nicht als hinreichend für die Präsentierbarkeit einer Hervorbringung eingeordnet wird. Vereinfacht ausgedrückt, bedeutet dies, dass die Hervorbringung überraschend sein, aber dennoch in einem bekannten Rahmen (respektive entlang von Passungsvorgaben) zu verorten sein muss, wobei Ersteres als Prämisse, Letzteres als Ausschlusskriterium markiert wird. Was genau damit gemeint ist, dass die Idee gar nicht passe, lässt sich entlang des obigen Ausschnittes nicht näher bestimmen; übergeordnet lassen sich allerdings eine Reihe von Vorgaben ableiten, welchen Hervorbringungen genügen müssen, um als passend deklariert zu werden.¹²³ Darunter fallen Elemente wie Formatvorgaben, mediale Zwänge (wie beispielsweise die Länge eines Werbespots), aber auch spezifischere Faktoren wie die Kohärenz zu bereits erfolgten Werbekampagnen oder Sujets für denselben Kunden (also die Ähnlichkeit der Bildsprache, des Plots, der Perspektive, der Einhaltung der Vorgaben bezüglich corporate identity usw.) sowie ästhetisch-subjektivere Sollwerte (welche oftmals in metaphorischen Konzepten wie der Lautstärke, Tonalität oder der Schrilheit ausgedrückt werden).¹²⁴

122 Der Nachweis hierzu wird im Kapitel 6.5.4.1 noch ausführlich erbracht.

123 Die folgenden Aussagen stützen sich alle auf die im Korpus analysierten Beispiele und sind deshalb nicht grundsätzlich generalisierbar, bilden allerdings ein Konglomerat an Befunden ab, das sich auf die dieser Studie zugrundeliegende Datengesamtheit stützt. Weitere Sequenzen werden in Kapitel 6.5.4.2 diskutiert.

124 Da diese Faktoren insbesondere innerhalb von Bewertungssequenzen expliziert werden und diese in der vorliegenden Studie dezidiert nochmals zur Sprache kommen (siehe Kapitel 6.5), wird hier nur ein summarischer Überblick dargestellt, um den Kontext zu elaborieren, auf welchen sich Denis im obigen Ausschnitt mutmasslich beruft.

Das von Denis gegenläufig markierte Spannungsverhältnis zwischen Witz und Passung, welches, wie oben ausgeführt, auf die Pole des Neuen und des Vorgegebenen verweist, sieht sich metastrukturell auch im Geschäftsmodell von Werbeagenturen begründet, welche das „[. . .] Neue nicht als zufälligen Treffer, sondern als regelmässige, wiederkehrende, und damit auch ökonomisch kalkulierbare Leistung adressieren.“ (Krämer 2015: 609) Aus dieser Perspektive betrachtet, stellt die obige Sequenz eine explizite Aktualisierung der institutionell verankerten, normativen Erwartung an die Mitarbeitenden dar (Koppetsch 2006b) und verweist ethnomethodologisch (Abels 2009: 100) auf diese Normen zurück. Um nachvollziehbar zu machen, dass es sich bei dem obigen Beispiel nicht um einen Einzelfall handelt, werden nachfolgend noch weitere Belege für Spielarten der Instanzen angeführt, in welchen evaluative Einordnungen durch die Präsentierenden selbst zum Präsentationsabbruch führen.

Transkript 13: T_171031_K1_Wimmelbild (Zeilen 351-356)

351 BJO: (0.79) zum bischpiel;
 352 (0.52) git gwüssi SACHe;
 353 (0.48) de CHOR findi eich au na luschtig,
 354 (30.77) aber ja.
 356 AND: <<pp> guet >

Die Sequenz in Transkript 13 entfaltet sich im Anschluss an eine Nachfrage von Andreas (AND), ob Björn noch weitere Ideen vorzustellen habe. An dieser Stelle steigt das Transkript 13 ein, in welchem Björn eine Hervorbringung zur Sprache bringt, die er als „CHOR“ bezeichnet und auf die er deiktisch auf seinem Laptop verweist¹²⁵, der für sein Gegenüber nicht vollständig einsehbar ist (Zeile 352, Transkript 13). „de CHOR“ ist ungeachtet des verwendeten Demonstrativpronomens bis zu diesem Zeitpunkt in der vorangegangenen Interaktion weder erwähnt noch eingeführt oder verhandelt worden und lässt sich auch anhand der Reaktion seines Gegenübers nicht als Hervorbringung einordnen, welche beiden Interaktionsbeteiligten schon vor der aufgezeichneten Interaktion bekannt war. In Kombination

125 Obgleich in diesem Abschnitt verbale Selbstevaluationen im Fokus stehen, ist es methodologisch betrachtet sinnvoll, die multimodale Perspektive nicht gänzlich auszuklammern. Deshalb fließen hier die Beschreibungen des Kontexts mit in die Analyse ein, um ein vertiefteres Verständnis des interaktiven Vollzugs generieren zu können.

mit der deiktischen Geste auf seinen Laptop liegt die Vermutung nahe, dass Björn durch die demonstrativpronominale Referenz demnach weniger auf einen geteilten Wissensbestand verweist denn auf eine konkrete Hervorbringung, welche sich zum Zeitpunkt der Äußerung verschriftlicht auf seinem Laptop befindet. Diese wird als „*eich*“ (= eigentlich, modalisierend) „*au na luschtig*“ beschrieben – und erfüllt in ähnlicher Weise wie die oben entlang Transkript 12 skizzierte Sequenz grundsätzlich ebenfalls die minimale Kondition des potenziell Neuen. Während der sehr ausgedehnten verbale Pause, welche in Zeile 354 folgt, scrollt Björn langsam und mutmasslich lesend durch das auf seinem Laptop geöffnete Dokument, bis er nach über dreissig Sekunden die „*CHOR*“-Idee mit den Worten „*aber ja.*“¹²⁶ nicht mehr weiter elaboriert. Während in Transkript 12 der Sollwert der Selbstbeurteilung, welcher zum Präsentationsabbruch führte, explizit genannt wurde, steht in der hier betrachteten Sequenz an dieser Stelle eine dreissigsekündige Leerstelle. Nichtsdestotrotz verdeutlicht die verwendete Konstruktion „*aber ja.*“, dass die Kategorie „*au na luschtig*“ zwar durchaus als notwendig, allerdings nicht als hinreichend für die Präsentationswürdigkeit der Hervorbringung gelten kann. Des Weiteren fällt auf, dass Andreas während der gesamten Pause keinerlei verbale Äußerungen (und auch keine merklichen körperlichen Signale) produziert – was im Zuge einer turn-by-turn-Analyse anstelle der Pause durchaus als mögliche Interaktionsfortsetzung antizipierbar gewesen wäre. Die Entscheidung, ob die Hervorbringung zur Diskussion gestellt werden könnte, wird von Andreas also weder bekräftigt noch opponiert. Obgleich die Abwesenheit einer bestärkenden Phrase durchaus als potenzieller Vorbehalt gegenüber einer Elaboration der Hervorbringung betrachtet werden kann, lässt sich fernab aller möglichen Interaktionsfortsetzungen zumindest festhalten, dass die Erwähnung des Wertaspekts durch Björn („*de CHOR findi eich au na luschtig.*“) keinerlei Anlass für Andreas darstellt, Björn zu einer Vertiefung oder Elaboration der Hervorbringung zu ermuntern. Dadurch kann das Argument der nicht hinreichenden Bedingung des Wertaspekts des Humors weiter verfestigt werden. Hinsichtlich der Länge der Pause ist zudem beachtenswert, dass der Zeitdruck, welcher auch in dieser Besprechung vorherrscht (die Besprechung ist zeitlich fixiert und hat einen klar terminierten Endpunkt), hier nicht explizit thematisiert

126 Hier durchaus als Modalpartikelkonstruktion zu verstehen, die sich auf einen nicht ausformulierten pragmatischen Prätext bezieht (Diewald/Fischer 1998).

wird – Björns Lesen wird hingenommen, ohne auf die Zeitknappheit hinzuweisen. Dadurch geraten die interaktiven Normen derartiger Austauschsequenzen in den Fokus: Es ist offenkundig, dass Björn eine Hervorbringung zur Diskussion stellt und ihm der zeitliche Rahmen, um die Entscheidung fundiert abzuwägen, ob die Hervorbringung präsentabel (genug) ist, von Andreas ungestört eingeräumt wird. Wie Zeile 356 (*AND: <<pp> guet >*) offenbart, wird die Entscheidung von Björn des Weiteren widerspruchsfrei und ohne weitere Nachfrage hingenommen. All diese Aspekte lassen darauf schliessen, dass die normativen Erwartungen, was wann wie präsentierbar ist, einen geteilten Wissensrahmen darstellen, der in dem Sinne interaktionskonstitutiv ist, als dadurch die Selbstbeurteilung nicht nochmals interaktiv abgesichert werden muss, sondern auf ebendiese geteilten Wissensbestände abgestützt funktional zum Präsentationsabbruch führt.

Das nächste Beispiel bearbeitet den Aspekt des Neuen sehr explizit – allerdings in seiner Abwesenheit. Der nachfolgende Ausschnitt ist Teil einer längeren, zeitlich terminierten Besprechung, in der mehrere Interaktionsteilnehmende Hervorbringungen für eine grössere, über knapp ein Jahr andauernde Werbekampagne zur Verhandlung stellen. Carlos (Car), der bis zu diesem Zeitpunkt noch keine Idee präsentiert hat, leitet seinen Präsentationslot folgendermassen ein:

Transkript 14: A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 2198-2219)

2198 Car: you KNOW it;
 2199 (0.72)
 2200 Edd: you see;
 2201 Car: yo[u_ll LOVE it;]
 2202 Eges: [(lächelt Carlos an)]
 2203 (0.42)
 2204 Car: and sOme DAY;
 2205 you_re <<p> gonna buy it >;
 ...
 2217 Fra: GUYS;
 2218 we even;
 2219 we even tried to SELL this shit;

Wie dem Transkript 14 zu entnehmen ist, leitet Carlos seine Präsentation mit explizitem Hinweis darauf ein, dass die Idee den anderen bereits bekannt sei (Zeile 2198). Eddies (Edd) Turn ist bereits als Ansatz einer Bewertung zu verstehen, welche allerdings durch Carlos' Weiterführung, dass die anderen

it (gemeint die Hervorbringung) lieben würden (Zeile 2201) und die weitere Explikation, es sei nur eine Frage der Zeit (Zeile 2204), bis sie sie kaufen würden (Zeile 2205), unterbrochen wird. Die Idee, welche Carlos in den Raum stellt, ist also bekannt und, darauf lässt zumindest Zeile 2204 schliessen, offenbar bereits zu einem früheren Zeitpunkt abgewiesen worden. Eine solche Präsentationseinleitung ist im ganzen Korpus einzigartig; eine Hervorbringung ein weiteres Mal zur Diskussion zu stellen, wenn sie bereits abgelehnt wurde, scheint auf Basis der erhobenen Daten (auch wenn sich diese nicht über Tendenzvermutungen hinweg generalisieren lassen, siehe 3.2) nur äusserst selten vorzukommen (vgl. diesbezüglich auch Kapitel 6.5.4.1).

In diesem Rahmen lässt sich auch die deutliche Reaktion Franks einordnen, der die Hervorbringung (nach einigen Interjektionen seitens der anderen Interaktionsteilnehmenden, die im obigen Transkript aus Darstellungsgründen ausgelassen wurden) als „*shit*“ bezeichnet und das vorab von Carlos aufgeworfene Wortfeld des Kaufens wiederaufnimmt. Durch den Hinweis darauf, dass ein nicht weiter ausdifferenziertes „*we*“ die Hervorbringung bereits zu verkaufen versucht habe – argumentationslogisch ohne Erfolg – stützt Frank seine Ablehnung (die Präsentation von Carlos wird daraufhin abgebrochen und eine andere Person kommt zum Zuge) argumentativ auf die Beurteilung einer externen Entität (vgl. Hauschildt 2005: 25). Entlang der obigen Ausführungen lässt sich festhalten, dass es nicht nur äusserst unüblich ist, bereits Bekanntes¹²⁷ (und darüber hinaus Verworfenes) ohne Markierung einer substantiellen Veränderung nochmals zur Diskussion zu stellen, sondern auch, dass der Verweis auf eine Ablehnung durch eine_n (potenzielle_n) Kund_in beinahe apodiktische Wertigkeit (Koppetsch 2006a: 149–151) hat. Im weiteren Verlauf wird nicht konkreter herausgearbeitet, welchen Sollwert die Idee nicht erfüllt oder weshalb der Verkauf nicht gelang – die Referenz darauf, dass die Idee bereits von einer als potenzieller Käufer markierten Entität abgelehnt wurde, genügt, um die weitere Elaboration zu beenden.¹²⁸

127 Die Kategorie der Bekanntheit wird im Kapitel 6.5 noch ausführlicher betrachtet.

128 Weitere Belege für diese Art von Referenzierung auf den Aspekt des (Ver-)Käuflichkeit einer Hervorbringung finden sich in Kapitel 6.5.1 auf Seite 249, sowie in Kapitel 6.5.3 auf Seite 275.

Verbale Evaluationen – Rahmensetzung

Die nächste Kategorie verbaler Evaluationsäußerungen durch die Präsentierenden fokussiert auf evaluative Kategorien, welche entgegen der vorherigen Beispiele die Präsentationssequenzen nicht abbrechen, sondern im Zuge der Evaluation einen spezifischen Fokus innerhalb der Hervorbringungen als relevant markieren.

Die mit Abstand häufigste Form dieser Evaluationen ist die Titelsetzung: Nahezu alle Präsentationen werden durch die Präsentierenden selbst zu Beginn ihrer Vorstellung mit einem Namen versehen. Dass die Titelsetzung beinahe schon als konstitutives Element der Austauschsequenzen gelten kann, lässt sich exemplarisch durch Wiederaufnahme eines bereits bekannten Beispiels aufzeigen. In Kapitel 6.3.1.1 wurde entlang der Schlüsselsequenz die Etablierung eines interaktionalen Rahmens aufgearbeitet, in welchem die Austauschsequenzen stattfinden; und im Zuge dessen wurde (siehe Abb. 18 auf Seite 147) folgende Aussage durch Gerhard unter anderen Gesichtspunkten diskutiert: „Ger: *this (so far) has not a title YET but*“ (Zeile 0028, Transkript 1). Über die bereits angesprochenen Punkte hinaus wird in dieser Intonationsphrase die Relevanz ebenjener Titelsetzungen explizit – die Abwesenheit eines Titels ist so unüblich, dass sie begründungspflichtig wird und Gerhard innerhalb eines Satzes gleich doppelt darauf hinweist („*so far*“ und fokussakzentuiert „*YET*“), dass dieser Zustand kein bleibender sein wird.

Die Relevanz der Titelsetzung lässt sich allerdings nicht nur ethnomethodologisch, sondern auch kontextbezogen aus einer Kombination institutioneller Praktiken herleiten, wodurch die Titelsetzung eng mit der Produktionslogik der untersuchten Werbeagenturen verwoben erscheint. So sind die Titel für die digitalen Ablagesysteme relevant, deren Funktion als Archiv, Projektportfolio und gemeinsame Arbeitsplattform in ihrer digitalen Systematik in beiden Werbeagenturen auf organisatorischer Ebene stark verankert ist. Darüber hinaus werden die Titel auch in Präsentationen bei Kund_innen verwendet, dienen gegenüber der Beratungsabteilung als Referenz für Projekte sowie für Auszeichnungen und Wettbewerbe (Koppetsch 2006a: 152–155) und werden in medienjournalistischen Erzeugnissen verwendet. Dass diese Titel denn auch Eingang in die internen Austauschsitzen gefunden haben und durch sie auf die Hervorbringung referenziert wird, überrascht aus dieser Perspektive wenig. Über diese institutionellen, medialen und digitalen Gegebenheiten hinaus weisen die Titelsetzungen allerdings dezidiert (be-)wertende Aspekte auf, die aus produktionslogischer

Betrachtungsweise schnell in den Hintergrund geraten – obgleich sie analytisch nicht zu vernachlässigen sind, wie die nachfolgenden Beispiele zeigen.

Dadurch, dass die Präsentierenden ihre Hervorbringungen aus oben skizzierten Gründen mit einem Namen versehen, kontextualisieren sie diese als Vertreter einer bestimmten Kategorie. In diesem Rahmen schreiben sie der Hervorbringung funktionale Zugehörigkeiten zu ähnlichen Hervorbringungen zu, setzen Fokusaspekte, referenzieren auf mediale Formatgestaltungen oder markieren relevante emotive Aspekte, wodurch sie gewisse Komponenten ihrer Präsentation vorwegnehmen und Erwartungshaltungen etablieren. Dieser Vollzug der Zuordnung einer Sache als etwas ist über die konkrete Handlung und ihre Folgen für die Interaktionskonstellation und -fortsetzung hinweg, welche den oben skizzierten institutionellen Bedingungen Rechnung trägt, langfristig – die Namensgebung durch die Präsentierenden bleibt oftmals bestehen und wird teilweise über den gesamten Entwicklungsprozess¹²⁹ von der ersten Präsentation über die Ausarbeitung bis hin zur Kundenpräsentation weitergezogen.

Transkript 15: Collection Titelsetzung

(1)

0463 Luk: wir sind bei,

0464 film HOW to celebrate a birthday;

(2)

5222 Jak: situaTIVE headlines;

5223 (2.7)

5224 Jak: GESchmack (-) schmeckt deine neue deinen _ deiner alten;

5225 und dem neuen deiner alten;

(3)

0580 Jon: also dann der Nächste spOt is mit Äh::spot cOffee POAdey.

(4)

112 HAN: (0.33) und das BAND ist quasi:: das keyvISUal;

129 In der vorliegenden Arbeit ist die Wiederaufnahme der Titel im Zuge von Bewertungssequenzen beispielsweise in Kapitel 6.5.3 (exemplarisch auf Seite 275) zu beobachten.

Allen Beispielen im obigen Transkript ist ihre sequenzielle Platzierung im jeweiligen Interaktionsgeschehen gemein; sie werden jeweils direkt vor der Elaboration der Hervorbringung durch die jeweiligen Interaktionsteilnehmenden produziert. Strukturell betrachtet fällt auf, dass die Titelseetzungen jeweils mit einer kategoriellen Einordnung verbunden werden – in Beispiel (1) im obigen Transkript 15 wird durch die interaktionsbeteiligte Person markiert, dass es sich bei der nachfolgenden Hervorbringung um einen Film, in (2) um eine Headline, (3) um einen Spot und in (4) um ein Keyvisual handeln werde.

Diese kategoriellen Zuordnungen verweisen einerseits auf geteilte Wissensrahmen, die von den anderen Interaktionsteilnehmenden aufgrund der nicht weiter ausgeführten Kontextualisierung, welche genrespezifischen Aspekte ein *Film*, *Spot* oder *Headline* aufweisen müssen oder inwiefern ein *Keyvisual* weitaus mehr als nur ein *Visual*¹³⁰ ist, als bekannt markiert werden. Diese Kategorien sind darüber hinaus implikationsreich, da durch sie die institutionelle Norm der Passung (siehe oben, Transkript 12, Seite 220) bearbeitet wird (und durch die Bearbeitung wieder latent relevant gesetzt wird): Dadurch, dass die nachfolgend zur Verhandlung gestellte Hervorbringung als Vertreterin einer auf geteilten Wissensbeständen um die jeweiligen Anforderungen der jeweiligen Kategorie basierenden markiert wird, signalisieren die Präsentierenden ihr eigenes Wissen um ebendiese Anforderungen und die Passung der Hervorbringung innerhalb dieser Normen (vgl. Kapitel 6.5.4.2).

Des Weiteren eröffnet eine komparative Analyse der Titelseetzungssequenzen ein Panoptikum dieser Kategorien und lässt diesbezüglich offenbar werden, dass diese Kategorien überaus differenziert und voneinander distinktiv Verwendung finden. So lässt sich beispielsweise eine klare Unterscheidung zwischen Film (Beispiel (1) im obigen Transkript 15), Spot (Beispiel (2) im obigen Transkript 15), und Filmidee (siehe Transkript 16 unten) herausarbeiten, welche jeweils unterschiedliche Anforderungen an die Hervorbringung mit sich bringen und dergestalt von den Präsentierenden auch

130 Zwischen den beiden Begriffen sind verschiedene Unterschiede zu beobachten, mit denen sich auch die Forschung auseinandergesetzt hat – grundsätzlich definiert das keyvisual die Bildsprache (Gkiouzepas/Hogg 2011) der weiteren Werbemaßnahmen (auch der anderen visuals) und zeichnet sich durch einen hohen Wiedererkennungsfaktor und die schnelle Assoziation mit für die Marke relevanten Werten aus (Rossiter et al. 2001, Phillips et al. 2014).

unterschiedlich verwendet werden. Während im Zuge eines Films auf Basis des Korpus eine längere Geschichte mit einem klar erkennbaren Aufbau erzählt wird, die sich um ein_e Protagonist_in herum gestaltet, ist die Kategorie des „Spot“ variabler. In Spots können zwar auch narrative Elemente enthalten sein, im Unterschied zu Filmen können sie aber auch primär auf Stimmungen fokussieren oder gar rein absatz- und produktorientierte Werbung darstellen. Des Weiteren erscheint der Begriff des Spots im Korpus ausschliesslich als Teil einer mehrere Beiträge umfassenden Werbekampagne – während Filme auch für sich allein stehen können.

Der Begriff *FILMidee* (siehe Transkript 16 unten) hingegen expliziert das zugrundeliegende Normenkonstrukt, das sowohl für Filme als auch für Spots zu gelten scheint (und, wie die bisherigen Ausführungen zu den Selbstevaluationen gezeigt haben, wiederum das grundsätzliche Spannungsgefüge zwischen dem Neuen und der Passgenauigkeit widerspiegelt).

Transkript 16: T_171101_K1_Nachhaltigkeit (Zeilen 0028-0033)

0028 Fre: °hh ich ha eifach s GFÜHL,
 0029 (0.6) es muess scho chli sone FILMidee
 ((zeigt in Richtung Bildschirm)) si;=
 0030 =es muess scho so bitz öbis passIERe,=
 0031 =un_s MUSS mUss ähm;
 0032 (0.34) zu_äh,
 0033 (0.59) zue PLATT (.) döfs nid si odr,

Dass etwas eine Filmidee sein kann, involviert, dass – so legt es zumindest Frederiks Ausführung im obigen Transkript nahe – schon „so ein bisschen etwas passiert“ (Zeile 0030, Transkript 16), es aber auch nicht „zu platt“ (Zeile 0033) sein darf. Eine Hervorbringung wird also dann zur potenziellen Filmidee, wenn sie dem Umstand der Aufmerksamkeitsanforderung gerecht wird, wenn sie eine Erwartungshaltung aufbaut und diese gegebenenfalls auch bricht – und wenn sie nicht einfach die Anforderungen erfüllt, sondern diese variationsreich auslegt. Das oben abgedruckte Beispiel verweist insofern über seine interaktive Gebundenheit hinaus, als der Begriff Filmidee an mehreren Stellen im Korpus auftaucht und die genannten Aspekte über die verschiedenen Vorkommnisse hinweg kongruent erscheinen.

Wie obige Ausführungen gezeigt haben, bearbeiten die Nennungen und Einordnungen der Hervorbringungen in eine Kategorie die Relevanz der Passung, welche sich als geteilter Wissensrahmen innerhalb der Agenturen

normativ verfestigt zu haben scheinen. Der zweite Teil der Setzungen sind die eigentlichen Titel selbst (in Transkript 15; (1) „*HOW to celebrate a birthday*“, (2) „*GEschmack*“, (3) „*cOffee POAdey*“, (4) „*BAND*“), welche in unterschiedlicher Art und Weise Erwartungshaltungen etablieren und über die interaktive Funktion hinaus, einen Hinweis auf die nachfolgenden Turns und deren Ende zu geben (Sacks 1998c: 228), die Prämisse des Neuen bearbeiten. In den temporal-sequenziellen Werbeformaten, also den Filmen, Spots und Headlines, werden dadurch bestimmte Aspekte des Nachfolgenden relevant gesetzt – aber auch Erwartungshaltungen etabliert, die auf die Höhepunkte der Präsentationssequenz hinweisen. Bei Werbemaßnahmen, die auf Simultaneität (Blümle 2015) beruhen, wie Plakaten oder Bildanzeigen, werden durch die Titelseetzungen oftmals kompositorische, strukturierende oder partiell auch farbliche Aspekte (Goodman/Philippi 1997: 234) vorweggenommen, welche dann im Zuge der Präsentation der Bilder (sofern sie schon skizziert sind) relevant gesetzt werden. Durch diese Titelseetzungen steuern die Präsentierenden gewissermaßen den Fokus des Sollwerts des Neuen.

6.4.3.2. *Körperliche Selbstevaluationen der Hervorbringungen*

In diese Kategorie fallen einerseits gestische Phrasen, welche modalisierend eine gewisse Vagheit (Buldt 2017) ausdrücken und die zur Verhandlung gestellte Hervorbringung diesbezüglich kontextualisieren. Andererseits lassen sich darüber hinaus auch antizipierende Handlungen nachzeichnen, welche die Präsentation einleiten und sie, analog zu den oben diskutierten Beispielen, in konkrete Kategorien einordnen. Die letzte Kategorie körperlicher Evaluationen, die systematisch im Korpus nachgewiesen werden kann, sind körperliche Markierungen, welche Erwartungshaltungen für die nachfolgenden Präsentationen aufbauen. Darunter fallen unter anderem Lachen, mimische Kontextualisierungen oder Körperpositionierungen, welche das Nachfolgende in einer Art und Weise markieren, die auf zugrundeliegende Normen verweisen.

Ein Beispiel, in welchem verbale und körperliche Evaluationen modalisierend zusammenfallen, ist das folgende, in welchem Walter (W) und Lara (L), deren Vorbesprechung in der vorliegenden Studie bereits (siehe Kapitel 6.3.1.3) analytisch aufgearbeitet wurde, ihre Ideen ihrem Vorgesetzten Noah (N) präsentieren.



N: hen_der na e paar FILM oder wa,
 L: [ja:,, •]
 W: [wir hamn • no]ch son_bis_so;
 =?°o:a_ich kann ja einfa_mal • runter lesen→;
 n;E aber das_is jetzt auch_n bisschen=s_[sin_NUR ideen;]
 N: [↑jÄ chUm mAchma,]
 N: ab_wEIsch[vielleicht:ömmr denn]öppis drus • mache;
 W: [öhm;]

Abb. 40: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 446–453 von T_171019_K1_Laptop

Auf Noahs Nachfrage, ob die Lara und Walter noch Filme zu präsentieren hätten, reagiert Lara sowohl verbal (Zeile 447, Transkript 17) als auch körperlich (Abb. 40, rechts). Sie bejaht langezogen, wiegt dabei allerdings den Kopf hin und her, während Walter (siehe Zeile 448, Transkript 17) dazu ansetzt, verbal modalisierend ihre Hervorbringungen einzuordnen – allerdings ohne von den Blättern in seiner Hand aufzusehen und mit einem ko-expressiv langsamen Schütteln des Kopfes. Am Ende von Laras Turn blickt auch diese auf den Blätterstapel. Gleichzeitig markiert Walter, das lange modalisierende körperliche Verfahren von Lara und das seinige begleitend, dass er durchaus bereit ist, in eine Präsentationssequenz einzusteigen: Er bündelt die Blätter und beginnt anschliessend damit, gestisch symbolisierend das Wort „runterlesen“ mit einer Abwärtsbewegung seines rechten Armes zu begleiten.

Durch die Äusserung „*ich kann ja einfa_mal runterlesen*“ bereitet er Lara und Noah nicht nur auf einen längeren Turn¹³¹ seinerseits vor, sondern vollzieht im selben Zuge bereits eine weitere multimodal konstruierte Modalisierungshandlung; runterlesen markiert in Kombination mit der schnellen Abwärtsbewegung seiner Hand und der vorausgegangenen mehrfachen Vagheitsdarstellung eine deutlich andere Qualität als diejenige, welche

131 Vgl. Kapitel 6.3.

beispielsweise in Bezug auf Präsentationssequenzen (siehe Seiten 195-219) ohne Modalisierungsmarker herausgearbeitet wurde.

Die Selbstevaluation wird über die Modalisierungsmarkierung hinweg in der Folge auch verbal explizit; Walter betitelt das von ihm zu Präsentierende als „*NUR ideen*“ (Zeile 450, Transkript 17). Die prospektive Beschreibung impliziert zweierlei: Einerseits wertet Walter das Folgende ab (mit Vorsicht zu genießen, es „*sin_NUR ideen*“), andererseits verdeutlicht es die Beobachtung, welche im vorangegangenen Abschnitt festgehalten wurde: Walter distinguert klar von der Kategorie Film, welche Noah initial erfragt hatte, zu seinen und Laras Hervorbringungen – die eben nur Ideen darstellen. Die Kategorie der Idee suggeriert dabei, dass die Hervorbringungen zwar der Aspekt des Neuen erfüllen könnten, ihre Passung (entlang der Sequenz lässt sich diese auf das Format und dessen Bedingungen beziehen) allerdings nicht zwingend gegeben ist. Diese kategorielle Einordnung überlappend, bekräftigt Noah explizit verbal, dies zu machen (auch hier ist die Verbwahl überaus aufschlussreich, da keine Vorsilbenkomposition des Verbs *lesen* wiederholt wird, sondern zur, analog zu Transkript 8 auf Seite 180, aktiveren Variante, etwas zu *machen*, aufgefordert wird). Des Weiteren eröffnet Noah die Option einer späteren, sequenziell folgenden gemeinsamen Überarbeitung („*ab_wEIsch[vielleicht:_ömmern denn]öppis drus mache*“) – welche, wenn man sich das auf akkumulierten (Kapitel 6) Daten (Kapitel 3) entwickelte Modell (Kapitel 6.1) nochmals vor Augen führt, keine kategorische, aber zumindest partielle, Ablehnung antizipierbar macht, die in eine Weiterentwicklungsschleife überführt werden kann (vgl. Kapitel 6.5.2 und 6.5.3)

Während Noah ebendiese Möglichkeit der gemeinsamen Elaboration als potenzielle Weiterführung der Interaktion anbietet, legt Walter die Blätter aus der linken Hand auf die Sitzfläche des Sofas, dreht seinen Kopf von Lara und Noah weg und blickt geradeaus in Richtung der wandfüllenden Tafel. Dies zeigt deutlich, dass Walter entgegen seiner eigenen Ankündigung, „*runterlesen*“ (Zeile 449) zu wollen, zumindest den Anfang seines interaktiv erwartbar längeren Turns ohne Rückgriff auf die Blätter gestalten wird.

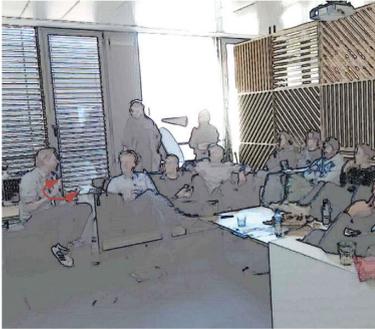
Transkript 17: T_160121_K1_Optiker (Zeilen 446-453)

446 N: hen _ der na e paar FILM oder wa,
 447 L: [ja::,]
 448 W: [wir hamm noch son _ bis _ so;
 449 =?´o:a _ ich kann ja einfa _ mal runter lesen;

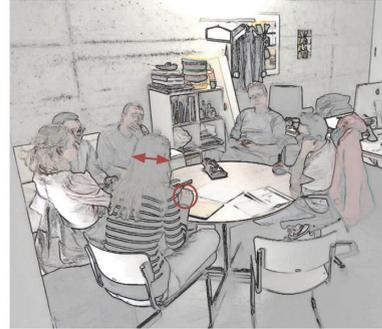
450 n;E aber das _ is jetzt auch _ n bisschen=s _ [sin _ NUR ideen;]
 451 N: [↑jA chUm mAchma,]
 452 N: ab _ wEIsch[vielleicht: _ ömmer denn]öppis drus mache;
 453 W: [Öhm;]

Die Sequenz führt vor Augen, dass die Selbstbeurteilung seitens Walters zwar auch explizit verbal formuliert wird, allerdings zuvor schon sowohl durch Lara als auch ihn selbst körperlich markiert wird. In Bezug auf den gesamten Korpus sind auf körperlicher Ebene im modalisierenden Spektrum primär Handbewegungen (hin und her bewegend, palm-down, sowie Abwärtsbewegungen, ebenfalls palm-down) dominant, gefolgt von Kopfschütteln und Oberkörperneuorientierungen, denen im Schulterbereich modalisierende Funktionalität zugeschrieben werden kann. Diese körperlichen Markierungen sind in ihrem Vollzug multimodal in dem Sinne, als sie meist eine Kombination aus gestischen, körperlich-orientierenden, proxemischen und auch mimischen¹³² Elementen darstellen – und wie im obigen Beispiel verbal begleitet werden können, aber nicht müssen.

132 Aus datenschutztechnischen Gründen werden mikroanalytische Nachweise mimischer Phrasen in dieser Studie nicht detailliert abgebildet, der Vollständigkeit halber aber schriftlich erwähnt und, wenn sie interaktionskonstitutiv sind, schematisch dargestellt.



TER: s_NÄCHste isch so chli,
(0.72) • unklar;



A: s erschte isch_ähm •:•;
(0.49) ZEIT.
=wiedemal_die_verwandtschaft
zu besÜchen?



TAR: DA wär • (.)
au_na_e optIon,



F: (0.25) surf,
(0.4) chat-(2.47) MAIL.
(0.88) o' • Oh;
(0.53) surf,

Abb. 41: Collection Modalisierungsmarker (Sequenzen aus T_171101_K1_Gipfelizmorge, A_171115_K6_K7_Verwandtschaft, T_171101_K1_K2_K3_Shooting, A_171115_K6_Surf)

Abb. 41 illustriert exemplarisch die Bandbreite der modalisierenden körperlichen Selbstevaluationen. In den nachfolgenden kurz diskutierten Beispielen entfaltet die modalisierende Einordnung ihren wertenden Aspekt primär vor dem Hintergrund der Zeit- und Effizienzmaxime, welche den Austauschsequenzen systematisch inhärent ist: Durch die körperlichen Modalisierungen signalisieren die Präsentierenden in den untersuchten Austauschsequenzen, dass die Hervorbringung trotz des Zeitdrucks grundsätzlich

als präsentations- und verhandlungswürdig eingestuft wird, diese in ihrer eigenen Bewertungshierarchie (vgl. Kapitel 6.3.1.3) allerdings nicht zuoberst steht. Übergeordnet betrachtet hat dies ganz konkrete Folgen für die Interaktionsfortsetzungen; einerseits werden Hervorbringungen, welche dergestalt durch die Präsentierenden selbst eingeordnet werden, noch schneller und ohne Widerspruch „aus dem Rennen genommen“ (Krämer 2014: 266), andererseits kann an diesen Positionen auch die gesamte Austauschsequenz via Konsensmarkierung (vgl. Kapitel 6.6) und Formulierung der Handlungsimplicationen (Kapitel 6.7) aufgelöst werden.

Die Sequenz oben in Abb. 41 demonstriert die im Korpus wiederkehrend aufzufindende multimodale Verschränkung ko-expressiver gestischer und verbaler Ressourcen der Selbstbewertung. Direkt vor der im Standbild abgebildeten Szene unterbricht der Präsentierende die Intonationsphrase durch eine Pause, welche in Kombination mit der mimischen Ebene, auf welcher ein gepresstes Lächeln des Präsentierenden zu beobachten ist, eine modalisierende Handlung bereits ankündigt. Die eigentliche modalisierende Einordnung seiner nachfolgend präsentierten Hervorbringung wird verbal und gestisch ko-expressiv realisiert; er benennt „s_*NÄCH*ste“ als „*unklar*“, wobei er simultan zum Wertaspekt mit seiner rechten Hand eine Halbbogen zu einer einen Bogen beschreibenden Geste der rechten Hand realisiert.

Die nächste Sequenz, welche sich in der Illustration oben rechts abgebildet findet, lässt sich an die Ausführungen zu den Titelsequenzen¹³³ anschließen (siehe Seite 228). Die präsentierende Person nennt im Zuge der abgedruckten Intonationsphrase den Titel ihrer Hervorbringung, leitet diesen allerdings mit einer modalisierenden Handbewegung ein: Sie unterbricht die Bewegung ihres rechten Arms, welche zu Beginn der abgedruckten

133 Strukturell mag auffallen, dass Anne (A) im Zuge ihrer Titelerwähnung, anders als in den in Transkript 15 auf Seite 228 diskutierten Fällen, die Kategorie ihrer Hervorbringung nicht explizit erwähnt. Dies ist allerdings nicht als etwaige Evaluation zu werten, sondern lässt sich vielmehr durch den Interaktionskontext erklären: Einerseits handelt es sich bei dem Austausch, dem dieser Ausschnitt entnommen ist, um einen sehr deutlich und explizit gerahmten, der sich dezidiert um die Verhandlung von Posterideen für einen Kunden dreht. Des Weiteren erfolgte die kategorielle Setzung, dem oben abgebildeten Ausschnitt vorangehend, bereits durch explizite Erwähnung der Kategorie im Zuge der Etablierung externer Ressourcen in Form von Blättern, die (siehe Abb. 41) Anne vor sich positioniert hat und im weiteren Interaktionsverlauf den anderen Interaktionsteilnehmenden zur Verfügung stellen wird.

Intonationsphrase eine Greifhandlung der vor ihr liegenden Blätter projizierte, zieht die rechte Hand beinahe auf Schulterhöhe zurück und schliesst sie im selben Zuge. Begleitet wird diese gestische Phrase mit einem bereits mehrfach beschriebenen Hin- und Herwippen des Kopfes sowie einem Zusammenpressen ihrer Lippen. Diese Signale des Zögerns werden über die restliche Intonationsphrase („(0.49) ZEIT.=wiedemal_die_verwandtschaft_zu_beSUCHen?“) aufrechterhalten und durch den stark steigenden Intonationsphrasenabschluss intonatorisch akzentuiert.

Im Beispiel unten links in Abb. 41 ist, wie im oben diskutierten Fall, ebenfalls eine Bezugnahme auf externe Ressourcen zu beobachten, die allerdings weniger im Rahmen der modalisierenden Selbstevaluation relevant ist, sondern vielmehr als gemeinsamer Bezugspunkt der anwesenden Interaktionsteilnehmenden. TAR verweist auf das nächste Bild innerhalb einer Bilderstrecke, welches allen drei Interaktionsteilnehmenden in Form von Ausdrücken jeweils individuell vorliegt. Die Modalisierung wird hier, analog zum Beispiel oben links in Abb. 41, ebenfalls durch eine Geste vollzogen, die sich, ungeachtet des fokusakzentuierten Demonstrativpronomens aufgrund der Handstellung, Hand- und Fingerausrichtung allerdings nicht deiktisch auf das Blatt beziehen lässt wie im zuvor diskutierten Beispiel, sondern vielmehr kommentierend den Aspekt der Abwägung in den Vordergrund rückt. Auch in diesem Beispiel erscheint die modalisierende Geste, analog zum ersten Beispiel oben rechts in der Abbildung, sequenziell vorgreifend – TAR kategorisiert verbal das „DA“ im Anschluss an ihre Gestenphrase explizit als „*option*“.

Die Illustration der Sequenz unten rechts in Abb. 41 stellt einen späteren Zeitpunkt der Interaktion zwischen den beiden CD dar, deren Anfang bereits in Kapitel 6.3.2.1 aufgearbeitet wurde. Frank bewertet in diesem Ausschnitt seinen eigenen Vorschlag sowohl verbal positiv im Zuge eines *response cry* (Goffman 1981: 78 f.) als auch modalisierend durch das hin- und her-Bewegen der rechten Hand und das asymmetrische Wippen des Kopfes sowie eine sehr ausgeprägte mimische Ebene. Das Beispiel stellt in der obigen Auslegeordnung insofern einen Sonderfall dar, als die Selbsteurteilung hier sequenziell betrachtet nachgelagert ist – Frank verbalisiert zuerst seine Hervorbringung und bewertet sie anschliessend selbst, wohingegen in den anderen Sequenzen die Selbstevaluation antizipatorisch vor der Hervorbringung realisiert wurde. Letzteres ist in der Gesamtschau des Korpus denn auch der häufigere Fall; nebst dem oben skizzierten Ausschnitt von Frank lassen sich in der Interaktionseinheit der initialen

Präsentation nur wenige weitere Instanzen einer nachgelagerten¹³⁴ Selbstevaluation finden.

Nebst den oben skizzierten modalisierenden Selbstevaluationen lassen sich denn auch körperlich-multimodal gestaltete Markierungen durch die Präsentierenden selbst nachzeichnen, welche die eigenen Hervorbringungen positiv besetzen. Der häufigste Fall einer solchen körperlichen Selbstevaluation wurde in der vorliegenden Studie bereits mehrfach gestreift, ohne ihn jedoch dezidiert unter diesem Fokus herauszuarbeiten. Es handelt sich dabei um den häufig zu beobachtenden Mechanismus, welcher unter dem Begriff der Erzählhaltung Eingang in die Interaktionsanalyse gefunden hat:

„With this posture the speaker displays full orientation toward her adressed recipient, complete engagement in the telling of her story, and lack of involvement in any activities other than conversation. The posture appears to mark the production of a focused, extended turn at talk, that is, to constitute a visual display that telling is in progress.“ (Goodwin 1984: 228)

Die von Goodwin beschriebene Erzählhaltung erfüllt in den analysierten Daten eine weitere zentrale Funktion: Die Präsentierenden markieren im Zuge dieser Haltung nicht nur die Rezipient_innenorientierung, sondern via des von Goodwin beschriebenen *engagement* auch die Relevanz des Nachfolgenden. Dies ist insbesondere im Kontext der Effizienzprämisse der erwähnenswert, die in den untersuchten Werbeagenturen vorherrscht (siehe Seite 134f) und die Austauschsequenzen als Rahmenbedingung (Koppetsch 2006a: 149–151, Sawyer 2012: 258, Reckwitz 2014: 10) massgeblich mitprägt (Nixon 2003: 39–92, Krämer 2014: 266, 2015: 3–5, Reckwitz 2016: 258). Unter ebendieser Prämisse der Effizienz sind unter Berücksichtigung der bereits herausgearbeiteten institutionellen Normen der Passung und des Neuheitswerts alle zur Verhandlung gestellten Hervorbringungen grundsätzlich als relevant einzustufen und werden, sofern noch nicht geschehen, dergestalt markiert entweder durch die Präsentierenden selbst aus der Verhandlung genommen (siehe Seite 220) oder in den Bewertungssequenzen (siehe Kapitel 6.5) entsprechend sanktioniert.

Zusätzliche Relevanzmarkierungen sind in diesem Lichte daher nicht ausschliesslich als Absicherungsversuche längerer Turns (Fina/

134 Es wäre zu diskutieren, ob es sich formal betrachtet im diskutierten Beispiel wirklich um eine nachgelagerte Evaluation handelt, da Franks zur Verhandlungsstellung an diesem Punkt noch nicht wirklich zu einem Ende gekommen ist.

Georgakopoulou 2012: 44) oder reine *prefaces* (Sacks 1998c: 226) zu verstehen, sondern darüber hinaus evaluativ behaftet¹³⁵. Dies konnte in der vorliegenden Untersuchung entlang einer Vielzahl an Sequenzen beobachtet werden und umschliesst sowohl die unzähligen Aufmerksamkeitsfokussierungsaufforderungen (exemplarisch in 6.3.1.1 und 6.4.1), als auch das körperliche Aufrichten (vgl. 6.4.2) sowie die erhöhte Gestenfrequenz und nicht zuletzt die Ausweitung des Gestenraumes (vgl. 6.4.2).

Auf Basis obiger Ausführungen ist die arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition, welche in der in Kapitel 5 formulierten Variante (siehe Kapitel 5.6) den interaktionsanalytisch anschlussfähigen kleinsten gemeinsamen Nenner der interdisziplinären Recherche widerspiegelte, kritisch auf mögliche Irritationen der Analyseresultate (vgl. Schmidt 2012) zu befragen. Spiegelt man die oben ausgeführten Beobachtungen mit der arbeitsheuristischen Kreativitätsdefinition, so wird deutlich, dass diese zwar den Wert des *Neuen* als Prämisse abzubilden vermag, den oben als Ausschlusskriterium bezeichneten Aspekt der *Passung* hingegen nicht erfasst. Um dem in Kapitel 2.2 formulierten praxissoziologischen Anspruch gerecht zu werden, dass sich die Arbeitsheuristik durch die Analyseresultate stetig erweitern und verändern darf und soll, wird nachfolgende Anpassung an die Kreativitätsdefinition formuliert:

Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendige Bedingung der *Neuheit* einer Hervorbringung **unter Berücksichtigung ihrer kontextgebundenen Passung** verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich hergestellt wird.

Diese Erweiterung ist einerseits als Zwischenfazit, andererseits aber auch als These zu verstehen, welche im Zuge der nachfolgenden Kapitel zu überprüfen sein wird.

135 An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass sich diese Befunde durchaus mit dem breit diskutierten Begriff der Positionierung überlappen und daran anschliessen lassen (Übersicht in Deppermann 2015), wobei dazu eine vertiefte Analyse von Nöten wäre. Hier wird, dem Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie geschuldet, primär auf den Umstand fokussiert, dass die präsentierenden Interaktionsteilnehmer_innen durch die Erzählhaltung und die damit einhergehende Relevanzmarkierung eine evaluative Haltung gegenüber ihrem Präsentationsgegenstand einnehmen.

6.5. Bewertungssequenzen



Auf Präsentationssequenzen, in welchen Interaktionsteilnehmende ihre Hervorbringungen den anderen Personen mittels Etablierung interaktiv anschlussfähiger mentaler Ressourcen zur Verfügung stellen und diese selbstevaluativ rahmen (vgl. Kapitel 6.4), folgen im untersuchten Korpus in der Regel Bewertungssequenzen durch die anderen Interaktionsteilnehmenden. Die Sequenzen zeichnen sich nicht zuletzt dadurch aus, dass ein Sprecherwechsel stattfindet und Wertprädikationen (Hartung 2000) geäußert werden. Trotz dieser beinahe schon auf der Hand liegenden Grundstruktur weisen die untersuchten Sequenzen sowohl hinsichtlich der Länge als auch in Bezug auf ihre Implikationen auf die Interaktionsfortsetzung eine grosse Bandbreite auf. In den Sequenzen lässt sich eine grosse Varianz von Rückmeldungen, die elaborierend die Vor- und Nachteile der Hervorbringungen bearbeiten, über Einwortrückmeldungen bis hin zu verschachtelten Synchronisationen (Breyer et al. 2017) zwischen verschiedenen Interaktionsteilnehmenden nachzeichnen, die in diesem Kapitel systematisch abgebildet werden soll.

Übergeordnet werden dabei folgende Befunde zentral herausgearbeitet:

- Die beobachteten Bewertungen sind überwiegend „dispräferiert“ (Pomerantz 1984); positive Rückmeldungen, welche die Hervorbringungen

- vollumfänglich befürworten und uneingeschränkt akzeptieren, stellen die Ausnahme dar, kritische Anmerkungen den Normalfall.
- Multimodal gestalten sich die Bewertungssequenzen komplex. Die Bewertungen werden – und das lässt sich für das gesamte Korpus systematisch beobachten – vorwiegend unter Rückgriff auf körperliche und interaktiv etablierte Ressourcen illustriert und der Sollwert nur in Ausnahmefällen verbal expliziert.
 - Sowohl die Explikation als auch die Illustration der Bewertungen verhandeln im Kern den Sollwert (Hartung 2000), der ebenfalls nur selten verbal expliziert wird (siehe oben).
 - Im Zuge der Bewertungssequenzen werden auf mikrostruktureller Ebene Prozesse beobachtbar, welche sich als Etablierungs- und Ausweitungstendenzen eines Konsenses über die Hervorbringungen fassen lassen.

Die nachfolgende Auslegeordnung dient einerseits dazu, obige Befunde nachzuzeichnen, versucht darüber hinaus allerdings, diese Befunde mit einem weiteren Aspekt zu verknüpfen, der insbesondere hinsichtlich des Modells (siehe Kapitel 6.1) relevant ist: Die Ausgestaltung der Bewertungssequenzen ist für die Interaktionsfortsetzung als konstitutiv zu betrachten. Während die vorab diskutierten makrostrukturellen Interaktionseinheiten (Kapitel 6.3 Etablierung eines lokalen Kreativitätsdiskurses und 6.4 Präsentationssequenzen) grundsätzlich in linearer sequenzieller Folge zueinander stehen, markieren die eruierten Bewertungssequenzen in ihrer Implikation auf die Fortsetzung der Austauschgespräche einen Scheidepunkt, von dem aus je nach der Art und Weise der Bewertung (Pomerantz 1984, Hartung 2000) gewisse Interaktionsfortsetzungen makrostrukturell betrachtet wahrscheinlicher werden.

Diese Abhängigkeiten lassen sich strukturell betrachtet durch eine Regel und zwei Ausnahmen fassen:

- (R_1) Auf Bewertungssequenzen folgen grundsätzlich Präsentationssequenzen (siehe Kapitel 6.4). Für diese Regel gibt es zwei klar definierbare Ausnahmen:
- (A_1) Die Austauschsequenz wird via Konsensmarkierung (siehe Kapitel 6.6) und Formulierung der weiteren Handlungsimplicationen (siehe Kapitel 6.6) aufgelöst. Dies tritt normalerweise ein, wenn

- keine weiteren Hervorbringungen mehr präsentiert werden können, weil keine weiteren präsentablen Hervorbringungen mehr vorhanden sind,
 - oder weil ein zeitlicher Aspekt keine weiteren Präsentationssequenzen mehr zulässt.
- (A₂) Aufgrund der Wertzuordnung und/oder des Wertaspekts wird in den Bewertungssequenzen eine andere makrostrukturelle Interaktionseinheit (namentlich Weiterentwicklungssequenzen, siehe Kapitel 6.5.5) relevant gesetzt. Diese makrostrukturellen Interaktionseinheiten sind als Einschübe zu verstehen, nach ihnen werden grundsätzlich wiederum Bewertungssequenzen und darauf folgend (siehe oben) Präsentationssequenzen erwartbar. Dieser Mechanismus inkludiert, dass beide formulierten Ausnahmen respektiert werden – auf eine Weiterentwicklungssequenz folgende Bewertungssequenz löst letztere entweder in Abhängigkeit von der Wertzuordnung und/oder dem Wertaspekt eine weitere Weiterentwicklungssequenz aus oder die Austauschsequenz wird gänzlich aufgelöst.

Kategoriell lassen sich die Bewertungen auf Basis der durch sie nahegelegten Handlungsimplicationen hinsichtlich der bewerteten Hervorbringung in zwei Gruppen einteilen:

- Bewertungen, welche dazu führen, dass die Hervorbringung nicht mehr weiterverhandelt wird. Diese Bewertungssequenzen machen eine nächste Präsentationssequenz erwartbar (siehe R₁).
- Bewertungen, welche zu einer Weiterverhandlung der Hervorbringung führen. Diese kann entweder direkt im Anschluss an die Bewertung im Zuge einer Weiterentwicklungssequenz vollzogen (siehe A₂) oder auf einen späteren Zeitpunkt verschoben werden.

Beide Kategorien lassen sich auf die arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition zurückbinden, da durch sie nicht nur expliziert wird, wieso bestimmte Hervorbringungen weiterverfolgt und andere verworfen werden, sondern sie darüber hinaus auch ein Sediment der prozessualen Konsensetablierung (Oben/Bröne 2016) darstellen.

Bewertungen, die eine Weiterverhandlung der Hervorbringung erwartbar machen, werden hinsichtlich der durch sie nahegelegten Folgen für das weitere Interaktionsgeschehen in zwei Untergruppen eingeteilt und dergestalt in der Folge diskutiert. In Kapitel 6.5.2 werden diejenigen Sequenzen

thematisiert, die eine direkt an die Bewertungssequenz anschliessende Weiterentwicklungssequenz erwartbar machen. Die Bewertungssequenzen folgen einem generalisierbaren¹³⁶ Muster; in einem ersten Schritt wird eine positive Bewertung zu einem Teil der präsentierten Hervorbringung vollzogen, worauf in einem zweiten Schritt eine negative Bewertung folgt, die sich entweder auf dasselbe Bewertungsobjekt unter einem anderen Aspekt oder auf ein anderes Element der Hervorbringung bezieht. Auch wenn sich bezüglich der Bewertungsinstanz keine Regularitäten herausarbeiten lassen (ungleich Auer/Uhmann 1980) – so kann die initiale, positive Bewertung durch eine Person vollzogen werden und die negative anschliessend entweder durch dieselbe oder eine andere Person oder auch Instanz – lässt sich festhalten, dass die anschliessende Weiterentwicklungssequenz (Kapitel 6.5.5) fast ausschliesslich durch diejenige Person vollzogen wird, welche die letzte negative Bewertung formuliert hatte.

Bewertungen, welche die Weiterentwicklung einer Hervorbringung auf einen späteren Zeitpunkt vertagen (Kapitel 6.5.3) – der sich nur in seltenen Fällen innerhalb derselben Austauschsequenz befindet, oftmals sogar in einer gänzlich neuen Austauschsequenz –, folgen grundsätzlich demselben Muster wie der oben beschriebene Fall: Auf eine positive Bewertung folgt eine negative, die sich entweder auf ein und dasselbe Objekt bezieht, nur unter einem anderen Aspekt, oder auf ein anderes Element derselben Hervorbringung. Im Zuge dieser Bewertungssequenzen lässt sich allerdings nachzeichnen, dass in ihnen die Zweiwertigkeit des *Neuen* (Mahrenholz 2011) bearbeitet wird. Den diskutierten Sequenzen dieser Kategorie ist gemein, dass in ihnen den Hervorbringungen zwar grundsätzlich der Aspekt des *Neuen* zugesprochen wird, die Neuerung allerdings hinsichtlich ihrer *Passung* problematisiert wird. Diese Dialektik der Kreativität, also dass „eine kreative Leistung [. . .] immer sowohl Innovation wie Tradition [beinhaltet]“ (ebd.: 21), wird entlang dreier Interaktionsausschnitte verdeutlicht.

In Kapitel 6.5.4 stehen schliesslich Bewertungen im Zentrum, die zum Ausschluss der durch sie bewerteten Hervorbringung führen. Dabei wird herausgearbeitet, dass im Zuge dieser Bewertungssequenzen der Hervorbringung in Ausnahmefällen ihr *Neuigkeitswert* abgesprochen wird (Kapitel 6.5.4.1). Dies stützt die theoriebasierte heuristische Arbeitsdefinition

136 Generalisierbar meint «in aller Regel auf die Austauschsequenzen im zugrundeliegenden Korpus übertragbar» – und suggeriert nicht eine absolute Generalisierbarkeit über die Datenbasis hinaus (siehe hierzu auch Kapitel 3.2).

(Kapitel 5.6) insofern, als der Aspekt des Neuen (vgl. Kapitel 4.5) in den untersuchten Austauschsequenzen als notwendige Bedingung für eine Hervorbringung markiert wird – wodurch sich auch die geringe Anzahl an Sequenzen erklären lässt, in welchen der Aspekt des *Neuen* problematisiert wird. Des Weiteren wird aufgezeigt, dass sich davon abweichende Sequenzen, welche ebenfalls zur Ablehnung der Hervorbringung führen, unter dem Stichwort der Problematisierung ihrer kontextspezifischen *Passung* subsumieren lassen (Kapitel 6.5.4.2). Im Unterschied zu denjenigen Sequenzen, in welchen die Hervorbringung trotz einer Passungsproblematik weiterverhandelt wird (Kapitel 6.5.2 sowie 6.5.3), wird die *Passung* in Ablehnungsfällen als nicht bearbeitbare Diskrepanz zwischen der Hervorbringung und dem Sollwert der Bewertung markiert. Dadurch wird die Anpassung der heuristischen Arbeitsdefinition (vgl. Kapitel 6.4.3.2) weiter gestützt.

Weil Weiterentwicklungssequenzen im Kern die Sollwerte der Bewertungssequenzen illustrieren und strukturell betrachtet von ihnen abhängig sind (siehe oben), werden diese direkt an die Bewertungssequenzen anschließend diskutiert (Kapitel 6.5.5). In diesem Zuge werden nebst den bereits erwähnten Befunden die konsensetablierende Funktion von Weiterentwicklungssequenzen sowie die Relevanz der Anschlussfähigkeit mentaler Ressourcen herausgearbeitet.

Das vorliegende Kapitel ist nach einem ähnlichen Muster strukturiert wie die bisherigen: Nach der Diskussion der Schlüsselsequenz (siehe 6.2), welche sich als roter Faden durch die Analysekapitel dieser Studie zieht, werden die oben skizzierten Befunde entlang der nachfolgenden Unterkapitel geordnet, verdichtet und auf Basis verschiedener Sequenzen aus dem Korpus transparent gemacht.

6.5.1. Schlüsselsequenz

Die Bewertungssequenz der Präsentation der Schlüsselsequenz schliesst direkt an die Präsentation des „möglichen Films“ an, der in Kapitel 6.4.2 nachgezeichnet wurde. Vorgängig zu der Sequenz, die im Folgenden im Zentrum steht, hatte Gerhard im Zuge seiner Präsentation bereits etablierte mentale Ressourcen weiter ausgebaut und seine Präsentation mit dem Satz „*steht nur (.) REde mit, (0.85) ((NAME DES KUNDEN))*“ (siehe Transkript 10, Seite 196) zu einem vorläufigen Ende gebracht. Nach einer über zweieinhalbsekündigen Pause entfaltet sich die Interaktion wie folgt:

Transkript 18: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0523-0546)

0523 Fra: also rede mit find ich en HAMmer sa[tz;]
 0524 Ger: [ja-]
 das[DACHte ich mir das gefällt dir;]
 0525 Fra: [des_ is en HAMmer]satz;
 0526 (0.35)
 0527 Fra: REde mit;
 0528 (0.68) ((NAME DES KUNDEN)).
 0529 (0.31) BUMM.
 0530 (0.22) des ist (.) BUMM;
 0531 (0.28) geil.
 0532 (0.4) ↑GEIL (.) kauf ich;
 0533 Ger: dacht ich dass dir die idee[GEfällt;]
 0534 Fra: [den FILM,]
 0535 (0.97)
 0536 Fra: man VERsteht ihn nicht;
 0537 (0.58)
 0538 Fra: wenn in eurem abbinder nichts von SCHEmen steht;
 0539 (0.44)
 0540 Ger: [ja,]
 0541 Fra: [oder]es im warte?
 0542 Ger: [(.) ja du hast RECHT,]
 0543 Fra: [oder es im FI]LM erklärt wird;
 0544 (0.37) so SCHÖN euere formale idee ist;
 0545 (0.41) aber sie muss irgendwo mal geERdet werden;
 0546 (0.39) ICH hab jetzt gedacht,=

Bereits zu Beginn der Bewertungssequenz (Zeile 0523 des Transkript 18) wird deutlich, dass es sich bei der Bewertung nicht um den (summarisch in Kapitel 6.5 skizzierten) Normalfall handelt; die initiale Wertprädikation Franks ist entgegen der Mehrheit der analysierten Fälle des Korpus explizit positiv. Nichtsdestotrotz lässt sich trotz der positiven Bewertung, die im Vergleich zu anderen Sequenzen des Korpus beinahe schon überschwänglich wirkt, multimodal bereits innerhalb der ersten Intonationsphrasen nachzeichnen, dass dies nicht notwendigerweise impliziert, dass diese Hervorbringung denn auch tatsächlich als solche akzeptiert und in der präsentierten Form weitergeführt wird.



Abb. 42: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0523–0525 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Zentral für den Interaktionsverlauf ist, dass Frank die durch ihn vollzogene erste Wertprädikation nicht als geteilte oder gar konsensuell abgestimmte markiert, sondern mittels des verwendeten Personalpronomens („*find ich*“, Zeile 0523, Transkript 18) explizit subjektiv formuliert. Gerhards Turn kann vor diesem Hintergrund als Versuch gelesen werden, diese subjektive Einordnung in einen geteilten Rahmen zu überführen – durch den Verweis darauf, dass er „*dachte*“ (Zeile 0524), dass Frank dies gefallen würde, erweitert er die subjektive Wertzuordnung Franks in eine von ihm geteilte und darüber hinaus bereits antizipierte.¹³⁷ Des Weiteren lässt sich unter Berücksichtigung der gestischen Ebene nicht nur eine Ausweitung des Subjekts der Bewertung, sondern auch des Objektes der Wertprädikation festhalten. Während Frank in seiner initialen Bewertung von einem „*satz*“ spricht, den er „*HAMmer*“ (Zeile 0523) findet, referenziert Gerhard mit einem Relativpronomen auf „*das*“, von dem er dachte, dass es Frank gefallen würde. Das verwendete Genus lässt bereits auf verbaler Ebene vermuten, dass sich dieses Relativpronomen nicht spezifisch auf den Satz („*rede mit*“), sondern auf die Hervorbringung als solche beziehen lässt. Diese Vermutung erhärtet sich durch das Hinzuziehen der gestischen Ebene; ko-expressiv zum Relativpronomen verortet Gerhard deiktisch den Verweisraum auf dem vor

137 Ruft man sich diesbezüglich nochmals die Modalisierungsmarker in Erinnerung (Kapitel 6.4.2), mit welchen Gerhard die Hervorbringung eingeleitet hatte, welche Frank nun bewertet, so lässt sich hinter die von Gerhard formulierte Antizipation der Wertprädikation ein Fragezeichen setzen.

ihm liegenden Blätterstapel (siehe Abb. 42), der, wie im Zuge der vorangegangenen Interaktionssequenz¹³⁸ bereits nachgezeichnet wurde, als symbolisierende Ressource für die Hervorbringung per se etabliert wurde.

Während der ganzen Zeit, in der Gerhard ebendies vollzieht, spricht Frank, seine initiale Prädikation wiederholend, weiter. Die Überlappung als solche lässt sich nicht zwingend als Markierung einordnen, dass Frank zu diesem Zeitpunkt seinen Turn noch weiterzuführen gedenkt – die ko-expressive Geste (siehe Abb. 42, rechts) seiner rechten Hand sowie das Abwenden seines Blickes von Gerhard in Richtung Eddie markieren allerdings deutlich, dass die Bewertungssequenz über die initiale Wertzuordnung weiter ausgeführt wird.

Während der darauffolgenden Intonationsphrasen (siehe Transkript 18, Zeile 0526–0536) fällt auf, dass die Wertprädikationen jeweils gedoppelt produziert werden – und in diesem Zuge ein Wechsel des Bewertungsobjektes („rede mit“, Zeile 0523 zu „den FILM“, Zeile 0534), der Wertzuordnung („BUMM“, Zeile 0529 zu „man VERsteht ihn nicht“, Zeile 0536) sowie des damit verbundenen Bewertungsobjekts („find ich“ Zeile 0523 über „des ist“ Zeile 0530 zu „man“ Zeile 0536) stattfindet, dessen Zustandekommen sich in seiner multimodalen Sequenzialität nachvollziehen lässt (siehe Abb. 43). Während Frank den Satz „rede mit“ ein weiteres Mal wiederholt, ändert sich seine Blickrichtung, welche vorab auf Gerhard fixiert war, zu Eddie. Während er also exakt den Teil der Hervorbringung, welchen er mit „HAMmer“ positiv bewertet hatte, nun selbst nochmals reproduziert, ist sein Blick nicht mehr auf diejenige Person fixiert, welche die Hervorbringung präsentiert hatte, sondern während der gesamten Intonationsphrase auf Eddie gerichtet. Dessen Mimik verändert sich im Verlauf dieser Wiederholung denn auch – und lässt mit einem Lächeln auf eine Zustimmung zur Wertprädikation schließen. Frank verändert daraufhin seine Wertzuordnung von „HAMmer“ zu einem onomatopoetischen „BUMM“, das nun wieder in Gerhards Richtung produziert und darauffolgend in Eddies Richtung wiederholt wird (siehe Abb. 43, obere Bildstrecke). Selbiges lässt sich entlang der nächsten Wertzuordnung („geil“) beobachten; auch diese wird zweifach produziert – und zuerst mit Blick auf Eddie und in der Wiederholung mit Blick auf Gerhard geäußert. Diese Doppelungen der Wertzuordnungen lassen in Kombination mit dem damit einhergehenden Blickrichtungswechsel darauf

138 Selbiges wurde auch in anderen Konstellationen nachgezeichnet, vgl. Kapitel 6.3.1.2, aber auch 6.4.2.2.

schliessen, dass der dadurch markierte Adressatenwechsel dezidiert funktionalen Charakter hat. Die Doppelungen sind dergestalt realisiert, dass durch sie eine abstimmende Komponente hinzukommt; so wird nicht nur Eddies Reaktion durch Franks Wiederholung der initialen Wertprädikation mit damit einhergehendem Blickkontakt beobachtet und relevant gesetzt, sondern es werden auch die darauffolgenden Wertzuordnungseskalationen (vgl. Auer/Uhmann 1980: 4) jeweils durch den damit einhergehenden Blickkontakt mit ihm abgeglichen. Frank Blickverhalten lässt sich als Monitoringaktivität (Stukenbrock 2015: 87) beschreiben, in deren Zuge er von Eddie eine stille Bestätigung seiner Wertzuordnung erhält. Diese wiederkehrende Überprüfung stellt ein erstes Anzeichen für eine Konsensetablierung dar, die sich in Zeile 0530 des Transkript 18 „(0.22) *des ist (.) BUMM;*“ auch auf verbaler Ebene niederschlägt: die subjektiv markierte Wertzuordnung („*find ich*“) weicht einer formal betrachtet objektiven Prädikationsstruktur („(0.22) *des ist (.) BUMM;*“).



Fra: RE • de mit;
 (0.68) ((NAME DES KUNDEN)).
 (0.31) • BUMM.

(0.22) *des ist (.) BUMM;*



Fra: (0.28) *geil.*
 # (0.4) → • †GEIL (.) *kauf ich;*
 Ger: *dacht ich dass dir die idee* [• *GEfällt;*]
 Fra: [den FILM,]

(0.97) •

Abb. 43: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0527–0536 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Die jeweils gedoppelten Wertzuordnungen (bzw. ihre Eskalationen) finden ihren vorläufigen Höhepunkt in Zeile 0530 mit der Äusserung „*kauf ich*“ – ein Wortfeld, das, wie bereits an anderer Stelle herausgearbeitet wurde (siehe Seite 226), im untersuchten Feld der Werbebranche beinahe apodiktische Wertigkeit¹³⁹ hat und als Markierung der Akzeptanz des Gegenstands der Bewertung betrachtet werden kann. Direkt an diese Äusserung anschliessend nimmt Frank ein weiteres Mal Blickkontakt mit Eddie auf – und auch wenn seine Mimik in diesem Moment nicht eindeutig zuordenbar ist, kann ihr auf Basis der Augenbrauenbewegung doch eine gewisse Skepsis entnommen werden. Ein Anzeichen, durch welches sich diese Skepsismarkierung erhärten liesse, ist denn auch Franks Reaktion darauf; ungleich der vorherigen Wertprädikationen („*kauf ich*“ ist in diesem Kontext durchaus als eine solche zu verstehen), wird an dieser Stelle das Muster der Doppelung gebrochen: Frank setzt entgegen der vorherigen Wertprädikationen nicht dazu an, diese Äusserung zu wiederholen, sondern hält weiterhin Blickkontakt mit Eddie. Währenddessen nimmt Gerhard einen erneuten Anlauf, das Referenzobjekt der Bewertung auszuweiten: Analog zu Zeile 0524 (Transkript 18) wiederholt er die Äusserung, dass er „*dacht[e]*“, „*dass dir die idee[GEfällt;]*“, und zeigt dabei mit seiner rechten Hand auf den vor ihm liegenden Blätterstapel. Im Unterschied zu seinem ersten Versuch, den Bewertungsrahmen zu expandieren, nennt er nun explizit „*die idee*“ als Objekt der Bewertung – und wiederholt dadurch nicht nur seine durch die Vergangenheitsform implizierte Antizipation der positiven Bewertung, sondern auch den Versuch, Franks positive Bewertung über den Satz hinaus auf die Hervorbringung per se auszuweiten. Ob der darauffolgende Wechsel des Bewertungsobjektes durch Frank (Zeile 0525, Transkript 18) eine Folge des Blickkontaktes mit Eddie, eine Reaktion auf Gerhards erneuten Anlauf, den Bewertungsreferenz auszudehnen, oder eine Kombination beider Faktoren darstellt, lässt sich auf Basis des audio-visuellen Materials nicht abschliessend klären. Es ist allerdings festzuhalten, dass Frank in Überlappung zum Verb „*gefällt*“ nun einen Wechsel des Bewertungsobjekts vollzieht und die von Gerhard zu Beginn seiner Präsentation genannte (siehe 6.4.2) Kategorie¹⁴⁰, „*den FILM*“, zur Sprache bringt.

139 Weitere Nachweise finden sich unter anderem in Kapitel 6.4.3.1 auf Seite 226 und in Kapitel 6.5.3 auf Seite 275.

140 Dass diese kategoriellen Zuordnungen bereits im Zuge der Präsentationen relevant gesetzt werden, wurde im Kapitel 6.4.3.1 herausgearbeitet. An dieser Stelle lässt sich

Nach ebendieser Nennung der Kategorie Film blickt Frank Eddie knapp eine Sekunde lang an (siehe Abb. 43) und beginnt nach einer kurzen Latenz von 0.2 Sekunden, den Kopf zuerst leicht schräg zu legen, dabei die Lippen aufeinander zu pressen und danach den Kopf zu schütteln.¹⁴¹ Entlang dieses Blickkontaktes und der daraus resultierenden körperlichen Veränderung Franks lässt sich das oben ausgeführte Argument der Abstimmung der Wertzuordnung via Blickkontakt verdichten; während die Bewertungen des Satzes jeweils blicklich mit Eddies Reaktion auf die Wiederholungen abgestimmt wurden und so in eine Wertzuordnung mündeten, die durch „*kauf ich*“ gesteigert wurde, wird nun die Bewertung der Kategorie „*FILM*“ ebenfalls körperlich mit Eddie ausgehandelt – und, so lässt zumindest die körperliche Veränderung von Blickkontakt, Lippenzusammenpressen und anschliessendem Kopfschütteln vermuten – als kritisch befunden. Die verbale Explikation ebendieses blicklichen Austausches zwischen Frank und Eddie folgt in Zeile 0536 (Transkript 18), wobei „*man VERsteht ihn nicht*“ (im Sinne einer expliziten Thematisierung von Verstehen, vgl. Deppermann/Schmitt 2008: 222) nicht nur den Wertaspekt verdeutlicht, sondern durch die Wahl des Personalpronomens auch suggeriert, dass sich das Subjekt der Bewertung nicht nur auf ihn, sondern auf einen geteilten Rahmen abstützt („*man VERsteht ihn nicht*“).

Die nachfolgende Explikation Franks dessen, wieso man den Film nicht versteht, ist parallel auch als Vorbereitung einer Weiterentwicklungssequenz (siehe Kapitel 6.5.5) zu betrachten, welche direkt an diese Explikation anschliesst. Um in eine solche überleiten zu können, muss Frank unter anderem sicherstellen, dass er längere, thematisch kohärente Turns produzieren kann, ohne dass sein Rederecht in Frage gestellt wird.

denn auch der Befund über die kategoriellen Grenzen und Implikationen dieser Kategorien (siehe Seite 228) verdichten – der Satz, mit dem die Hervorbringung endete und deren Höhepunkt sie darstellte, ist nicht mit dem Film oder auch der Idee als solcher gleichzusetzen.

141 Es ist darauf hinzuweisen, dass der Tonspur ein sehr leises „hm“ direkt zu Beginn von Franks Kopfschütteln zu entnehmen ist, das allerdings nicht eindeutig Eddie zugeordnet werden kann – und somit aufgrund der Lautstärke als auch der unsicheren Zuordenbarkeit nicht im Transkript aufgenommen wurde. Sollte dieses „hm“ allerdings von Eddie geäussert worden sein, wäre dies ein weiterer Beleg für das gegenseitige Abstimmen auf verbaler Ebene.

Auf verbaler Ebene lässt sich festhalten, dass Frank das Objekt der Wertprädikation vom gesamten Film auf den „*abbinder*“¹⁴² konkretisiert – und dadurch transparent macht, dass „*man*“ den Film nicht verstehe, weil da nichts von Schämen¹⁴³ stehe oder es nicht im Film erklärt werde. Des Weiteren nimmt Frank in diesem Segment zum ersten Mal eine possessive Zuordnung vor; er spricht von „*eurem*“ *Abbinder* und „*euere[r] formale[n] idee*“ (Zeilen 0538 und 0544, Transkript 18), wodurch er die Verantwortung für die Hervorbringung nicht nur Gerhard zuweist, der sie (wenn auch nicht ganz reibungslos, wie in Kapitel 6.4.2 aufgezeigt wurde) präsentiert hatte, sondern auch Denis.

- 142 Ein *Abbinder* im engeren Sinne ist ein kurzes Firmenporträt am Ende von Pressemitteilungen, welches nebst den relevanten Kennzahlen zum Unternehmen auch einen Pressekontakt beinhaltet (Claudy 2019). Im weiteren Sinne wird dieser Begriff allerdings auch für den Schlussteil eines Werbespots verwendet – und kann hier durchaus auf den Satz: „Rede mit – ((NAME DES KUNDEN))“ bezogen werden.
- 143 Gemeint ist damit, dass die Person, die aufgrund ihres fehlenden Wissens nicht mitreden kann, aufgrund eines Schamgefühls in der Ecke steht. Dies hat Gerhard der Präsentation vorweggeschickt, in der eigentlichen Präsentation aber nicht nochmals erwähnt (vgl. Kapitel 6.4.2).



Abb. 44: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0536–0546 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Zudem führt Frank in diesem Zuge eine Distinguierung innerhalb der Kategorie der „Idee“ ein: Eine formale Idee, welcher er den Wert „schön“ zuordnet, und eine praktische/umgesetzte Idee, welche „geerdet“ werden müsse.¹⁴⁴

Betrachtet man den multimodalen Vollzug dieser Explikation, fällt insbesondere Franks Gestik ins Auge; entgegen Gerhards deiktischer Verortung der „idee“ auf dem Blätterstapel (vgl. Abb. 43) verortet Frank ko-expressiv zum „abbinder“ diesen deiktisch in Richtung der Ausdrucke. Zudem wiederholt Franks seine Geste, mit der er schon vorab Gerhard signalisiert hatte, dass sein Turn noch nicht vorbei sei (vgl. Abb. 42), zwei weitere Male deutlich expressiver; ein erstes Mal ko-expressiv zum verbal expliziten „warte?“ (Zeile 0541, Transkript 18) und ein weiteres Mal zum fokusakzentuierten

144 Diese Unterscheidung liesse sich durchaus an die im Zuge der Selbstevaluationen beobachteten Kategorien der Neuigkeit und der Passung anschliessen, siehe hierzu 6.4.3.1.

„*ICH*“ (0546). Mit der gestisch markierten Einschränkung des Bewertungsobjekts (Idee > Film > Satz > Abbinder) und dem expliziten Einfordern des Rederechts geht ein schrittweises Zurückweichen Gerhards vom Tisch einher, der sich von einer vornübergelehnten Oberkörperorientierung und auf dem linken Bein abgestütztem Ellenbogen zuerst aufrichtet, dann sein rechtes Fussgelenk auf seinem linken Oberschenkel ablegt und sich schliesslich so weit in seine Stuhllehne zurücklehnt, dass sein Becken über die Stuhlfläche nach vorne rutscht (siehe Abb. 44). Damit nimmt er sukzessive eine analoge Sitzhaltung wie Denis ein – und ohne diesem Umstand eine übergeordnete Bedeutung zuweisen zu wollen, kann doch darauf hingewiesen werden, dass Gerhard dadurch schrittweise seine *engagement*-markierende körperliche Haltung (Goodwin 1984: 228) auflöst und sich analog zu Denis vom Tisch entfernt.

Gegenläufig dazu lässt sich bei Frank eine kontinuierliche Häufung ebenjener Markierungen (vgl. Seite 238) nachzeichnen, welche hinsichtlich der Vorbereitung für eine Präsentation herausgearbeitet wurden. Nebst seinen wiederholten, deutlich darauf zu beziehenden Gesten, den Turn weiterführen zu wollen, ist insbesondere auf den Verweisraum von Franks Geste hinzuweisen, die mit der Äusserung „*FILM*“ zusammenfällt: Der Verweisraum lässt sich auf seinem Oberkörper verorten, und kann als Antizipation dessen verstanden werden, dass der „*FILM*“ nun durch ihn weiter bearbeitet werden wird. Darüber hinaus versichert Frank sich (siehe Abb. 44) mehrfach blicklich der Aufmerksamkeit der anderen Interaktionsteilnehmenden, wobei insbesondere auf den Blick hinzuweisen ist, der von links nach rechts alle am Tisch anwesenden Personen umfasst und mit der Intonationsphrase „*ICH hab jetzt gedacht,*“ (Zeile 0546, Transkript 18) zusammenfällt.

Nebst dieser Überleitung in eine Weiterentwicklungssequenz lassen sich entlang des oben illustrierten Abschnittes (siehe Abb. 44) eine Reihe von Beobachtungen festhalten, die über die oben diskutierte Interaktionssequenz hinaus verweisen. Es konnte nachgezeichnet werden, dass der Wechsel der Wertzuordnung und die Ausweitung des bewertenden Subjekts durch Frank mit einem systematischen Blickverhalten einherging, was auf eine Abstimmung seiner Wertprädikationen mit der körperlich-mimischen Reaktion Eddies verweist. Dies ist im Korpus mit einer hohen Regelmässigkeit zu beobachten: Wenn mehrere Personen am Bewertungsprozess beteiligt sind, lässt sich häufig ein gegenseitiges körperliches Abstimmen der Wertprädikationen via Blickrichtungsverhalten, aber auch mittels Atmensynchronisierung oder gestischer Phrasen nachzeichnen. Dies lässt sich als Teil der

Konsensetablierung fassen, die so auf mikrostruktureller Ebene via stetigem Abgleich sukzessive hervorgebracht wird.

Des Weiteren ist in der Gesamtbetrachtung der oben illustrierten Sequenz festzuhalten, dass zwar eine Reihe an Wertprädikationen geäußert werden, diese allerdings – mit einer Ausnahme – nicht über eine reine Wertzuordnung (exemplarisch „*des ist (.) BUMM;*“, Zeile 0530, Transkript 18) hinausgehen. Weder der Aspekt (wozu dient das „*BUMM*“), noch der Sollwert (wieso ist es „*BUMM*“) werden konkretisierend zur Sprache gebracht oder gar expliziert. Der einzige Aspekt der oben diskutierten Bewertungssequenz, welche explikativen Charakter hat, ist ex negativo formuliert („*man VERsteht ihn nicht*“, Zeile 0536, Transkript 18) und weist dadurch zwar auf Mängel der Umsetzung hin, nicht aber auf Mittel und Wege, diese zu beheben¹⁴⁵. Dies ist insofern repräsentativ für den gesamten Korpus, als sich eine klare Tendenz der Bewertungsstrukturen beobachten lässt; die Explikation des Bewertungsaspekts und des Sollwerts werden nur selten verbal expliziert (vgl. Kapitel 6.5), sondern primär veranschaulicht (siehe Kapitel 6.5.5).

Darüber hinaus lässt sich der Befund der Wertprädikationsreihenfolge (siehe Kapitel 6.5), welche eine Weiterentwicklungssequenz erwartbar macht, bestätigen–aufeinepositive Wertprädikation (Zeile 0523–0532, Transkript 18) folgt eine negativ konnotierte (Zeile 0536), deren Sollwert im Zuge der Weiterentwicklungssequenz (vgl. Kapitel 6.5.5.1 und 6.5.5.2) noch illustriert werden wird.

6.5.2. Bewertungen, die Weiterentwicklungssequenzen erwartbar machen

Strukturell betrachtet machen Bewertungen grundsätzlich eine nächste Präsentationssequenz (siehe Kapitel 6.4) erwartbar. In Kapitel 6.5 wurden dafür zwei Ausnahmen formuliert, deren zweite in den folgenden Abschnitten im Zentrum stehen wird: Aufgrund der Wertzuordnung und/oder des Wertaspekts können im Zuge der Bewertungssequenzen

145 Mit Deppermann/Schmitt (2008: 236–241) formuliert, ist zwar der Bezugskontext des Verstehens lokalisierbar (es geht um den Abbinder / das Erklären, vgl. Transkript 18), er wird in diesem Moment der Interaktion allerdings noch nicht verdeutlicht oder interpretiert. Dadurch erhalten Franks *warte* und *muss geerdet werden* deutlich projektive Funktionen.

Weitenentwicklungssequenzen relevant gesetzt werden. Diese makrostrukturellen Interaktionseinheiten sind als Einschübe zu verstehen, nach ihnen werden grundsätzlich wiederum Bewertungssequenzen und darauf folgend Präsentationssequenzen erwartbar. Dieser Mechanismus inkludiert die Respektierung der in Kapitel 6.5 formulierten Ausnahmen – eine Bewertungssequenz, die einer Weiterentwicklungssequenz folgt, kann ihrerseits in Abhängigkeit von der Wertzuordnung und/oder dem Wertaspekt erneut eine Weiterentwicklungssequenz auslösen.

Die Darlegung der Befunde orientiert sich entlang zweier im Korpus eruiertes Fallgruppen: Im vorliegenden Kapitel werden Bewertungssequenzen ins Zentrum der Analyse gestellt, welche in eine Weiterverhandlung der bewerteten Hervorbringung überführt werden, die sich direkt an sie anschliesst. Im nachfolgenden Kapitel 6.5.3 werden diese Sequenzen durch davon abweichende Fälle ergänzt, in welchen die relevant gesetzte Weiterentwicklungssequenz nicht unmittelbar im Anschluss folgt, sondern auf einen späteren Zeitpunkt vertagt wird.

Es wird gezeigt werden, dass Bewertungen, die eine anschließende Weiterentwicklungssequenz erwartbar machen, in der Gesamtschau eine ähnliche Abfolge der Wertprädikationen aufweisen (vgl. hierzu auch 6.5.1). So lässt sich beobachten, dass Bewertungssequenzen, welche Weiterentwicklungssequenzen erwartbar machen, in den meisten Fällen einer Prädikationsstruktur folgen, in welcher in einem ersten Schritt ein Teil der präsentierten Hervorbringung positiv bewertet wird, worauf in einem zweiten Schritt eine negative Bewertung vorgenommen wird, die sich entweder auf dasselbe Bewertungsobjekt unter einem anderen Aspekt oder auf ein anderes Element der Hervorbringung bezieht. Diese negative Bewertung ist denn auch der Anknüpfungspunkt für eine Weiterentwicklungssequenz, im Zuge derer einerseits der negativ bewertete Teilaspekt bearbeitet und andererseits auch der Sollwert der Bewertung illustriert wird, der in den Bewertungssequenzen oftmals unexpliziert bleibt (vgl. 6.5).

6.5.2.1. Süß, aber es zündet noch nicht.

Entlang der Schlüsselsequenz wurde mikroanalytisch herausgearbeitet, dass die dortige initial positive Bewertung mittels einer Konkretisierung und Ausdifferenzierung des Objekts der Wertprädikation zu einer partiellen Ablehnung der Hervorbringung führte, woraufhin in eine Weiterentwicklungssequenz übergeleitet wurde (vgl. Kapitel 6.5.1). Ebendieses Muster lässt

sich entlang einer Vielzahl von Bewertungssequenzen nachzeichnen und soll nachfolgend entlang exemplarischer Sequenzen elaboriert werden.

Den mikroanalytischen Auftakt dazu bildet ein Ausschnitt aus einer geplanten, zeitlich fixierten Austauschsequenz (siehe Kapitel 6.3.1) aus dem Athene-Korpus (vgl. Kapitel 3.5). Die Sequenz dient somit als weiterer Nachweis (siehe Kapitel 6.5.1 und 6.5.2) für die Systematik der Überleitungsmechanismen in Weiterentwicklungssequenzen, welche durch eine abstrahiert beschreibbare Reihenfolge an Wertprädikationen erreicht werden können. Darüber hinaus wird entlang der Sequenz herausgearbeitet, dass Bewertungssequenzen eine zentrale Rolle hinsichtlich der Konsensetablierung spielen – wodurch dezidiert ihr multimodaler Vollzug der Bewertungssequenzen in den Vordergrund gerückt wird. Der nachfolgend diskutierten Sequenz vorausgehend, hatte Anna einen Vorschlag für ein Poster¹⁴⁶ modalisierend eingeordnet (vgl. Abb. 41, Seite 235) und präsentiert, das zu einem Zoobesuch anregen soll. Ihr Postervorschlag liegt bereits in skizzierter und ausgedruckter Form vor. Anna hat vorgängig ihre Hervorbringung verbal präsentiert und daraufhin den Ausdruck der Posterskizze vor Frank und Eddie auf den Tisch gelegt, worauf sich nachfolgende Bewertungssequenz entfaltet:

Transkript 19: A_171115_K6_K7_Verwandtschaft (Zeilen 0828-0834)

0828 Fra: (3.73) also mit der familie zur verwandtschaft find ich
ne VOLL (.) schöne (.) line.
0829 Ann: [<<gehaucht> yes:: > -]
0830 Fra: [ds_ is ne GANZ süsse]line.
0831 Edd: (10.38) i think the visuals are off.
0832 Fra: (0.3) ja:_ des_ is_ richtig.
0833 =es ZÜNdet noch nicht;
0834 (0.76) es ZÜNdet noch nischt;
0835 (0.64) also guck?

Entlang des oben abgedruckten Verbaltranskripts lässt sich bereits das grundlegende Schema beobachten, welches eine Weiterentwicklungssequenz erwartbar macht: Auf eine initial positive Wertprädikation (Zeile 0828 und 0830) zu einem Objekt („line“) folgt ein Wechsel des Bewertungsobjektes („visuals“, Zeile 0831), welchem eine negative Wertprädikation zugeordnet wird. Auf

146 Da die Hervorbringung von ihr selbst so benannt wird, wird diese kategorielle Setzung hier und in der Folge übernommen.

dieser Basis wird eine Weiterentwicklungssequenz eingeleitet („also guck?“; Zeile 0835). Es ist darauf hinzuweisen, dass im Zuge der negativen Wertprädikationen die *Passung*, nicht aber der Neuigkeitswert der Hervorbringung in Frage gestellt wird – Letzteres würde auf Basis der analysierten Sequenzen nämlich einen Ausschluss der Hervorbringung erwartbar machen (siehe Kapitel 6.5.4).

Um differenzierter nachzuzeichnen zu können, wie der Wechsel von einer ersten, positiven Wertprädikation zu einer sekundären, negativen Wertprädikation vonstattengeht, wird in der Folge der Nachvollzug des Wechsels des Bewertungsobjekts, der Umschwung der positiven Wertzuordnung zu einer negativen sowie die Markierung des Bewertungsobjekts im Zentrum der Analyse stehen. Wie auch in der Schlüsselsequenz (vgl. 6.5.1) ist es gerade hinsichtlich der Konsensetablierung in dieser Sequenz unumgänglich, den multimodalen Vollzug dieser Abläufe analytisch transparent zu machen.

Die in Abb. 45 illustrierte Sequenz versucht, einen Teil der multimodal und sequenziell verschachtelten Konsensetablierung innerhalb der im Zentrum stehenden Bewertungssequenz auf unterschiedlichen Ebenen transparent zu machen. In einem ersten Schritt lässt sich festhalten, dass in der verbalen Pause vor der initialen Wertprädikation (Zeile 0828, Transkript 19) Carlos und Denis, welche zuvor auf dem Sofa saßen, sich nacheinander aufrichten und ebenfalls auf die Skizze des Posters blicken.¹⁴⁷

147 An dieser Stelle werden Mobilitätsaspekte relevant gesetzt, welche indexikalisch auf die Interaktionskonstellation sowie die Hierarchie der Interaktionsteilnehmenden zurückverweisen – Anna positioniert den Ausdruck ihrer Skizze dergestalt auf dem Tisch, dass Eddie und Frank ihn betrachten können, ohne dafür ihre jeweiligen Sitzpositionen verändern zu müssen. Während Bea, welche im Bildausschnitt (siehe Abb. 45) unten rechts am Tisch sitzt, ebenfalls visuellen Zugang zur Hervorbringung hat, indem sie sich vorlehnt, müssen Denis und Carlos ihre sitzende Position auflösen, sich aufrichten und über den Tisch beugen. Auch wenn die Sitzplatzwahl im Zuge des hier diskutierten Ausschnittes nicht im Zentrum steht, sei darauf hingewiesen, dass ebendiese mit den räumlichen Strukturen einhergehenden Mobilitätsaspekte deutlich auf die Interaktionskonstellation zurückwirken (vgl. Kapitel 3.6.3) – und selbst ohne Kenntnisse des Rahmens deutlich machen, dass eine Bewertung durch Frank und Eddie stärker relevant gesetzt wird als eine Wertprädikation durch Carlos oder Denis.



• (3.63)

• (0.1)

Fra: also mit der familie zur verwandtschaft
find ich ne VOLL (.) schöne (.) line.



Ann: [<<gehaucht> ye • s::: > -]
Fra: [ds is ne • GANZ süsse]line.
(1.38)

(3.00)



(2.50)

(1.50)

(1.0)



Edd: (1.0) • i think the visuals are off.
Fra: (0.3) ja: _des_is_ richtig.
(0.76) =es ZÜNdet noch ni • cht;

es ZÜNdet noch ni • scht;

Abb. 45: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0828–0833 von A_171115_K6_K7_Verwandtschaft

Zum Zeitpunkt des rechten Standbildes der ersten Bilderstrecke in Abb. 45 sind alle im Raum anwesenden Personen nun auf die Ausdrücke fokussiert – was sich bis hin zur letzten Bilderstrecke nicht ändern wird. Frank äussert in der Folge seine erste Wertprädikation „*VOLL (.) schöne (.) line*“ (Zeile 0828, Transkript 19), die nicht zuletzt durch die akzentuierenden Mikropausen nachdrücklich formuliert ist. Dabei markiert er mittels seiner Verbwahl sowie des verwendeten Personalpronomens, dass die Wertprädikation (s)eine subjektive Perspektive widerspiegelt. Diese initiale Bewertung wird von Anna sowohl verbal (Zeile 0829, Transkript 19) als auch körperlich (siehe Abb. 45, zweite Bilderstrecke) ratifiziert. Überlappend dazu produziert Frank eine weitere Wertprädikation, die sich auf dasselbe Objekt („*line*“) bezieht, welche nun allerdings unpersönlich („*ds*“) und statt auf Basis des subjektiven Empfindens mittels Kopula die Zuordnung „*ne GANZ süsse line*.“¹⁴⁸ realisiert.

Darauf folgt eine über zehnekündige verbale Pause, in der sich nicht zwingend ein Wechsel des Bewertungsobjekts, wohl aber der Wertzuordnung nachzeichnen lässt. Diese Pause ist in Abb. 45 in fünf Standbildern illustriert, von welchen das erste (zweite Bilderstrecke, Mitte) die nach etwa anderthalb Sekunden erreichte Ruheposition der Interaktionsbeteiligten darstellt. Denis und Carlos sind weiterhin vorübergebeugt auf die Ausdrücke fokussiert, wobei Carlos mittlerweile die Hände hinter dem Rücken verschränkt hat. Auch die neben Anna sitzende Bea hält ihren Blick auf die Ausdrücke gerichtet, während Frank und Eddie weiterhin in ihrer Sitzhaltung verharren. Im nächsten Standbild (Abb. 45, zweite Bilderstrecke, rechts) ist derjenige Moment abgebildet, in welchem Eddie zwar sichtbar, auf der Aufnahme allerdings nur leise hörbar tief ausatmet, woraufhin Frank langsam und mit kleinem Bewegungsradius beginnt, den Kopf zu schütteln. Zweieinhalb Sekunden später (Abb. 45, dritte Bilderstrecke, links) zieht Frank seine linke Schulter hoch und atmet dabei tief ein und anderthalb Sekunden später gleichzeitig mit Eddie aus (Abb. 45, dritte Bilderstrecke, mittleres Standbild), woraufhin er ein weiteres Mal langsam den Kopf schüttelt. Eine Sekunde später löst Eddie die Haltung seiner rechten Hand, mit welcher er bis zu diesem Zeitpunkt

148 Ob dies eine Aufwertung oder Abwertung (Auer/Uhmann 1980: 2) gegenüber der ersten Wertprädikation darstellt, lässt sich auf Basis des Korpus und des oben abgebildeten Interaktionsvollzugs nicht mit Sicherheit eruieren. Die Konnotation des Adjektivs *süss* verweist unter Berücksichtigung ähnlicher Konstellationen allerdings auf einen genderbezogenen Wertemassstab (Reinecke im Druck).

seinen Kopf stützte, auf und rückt mit der Aussenseite seines gekrümmten Zeigefingers seine Brille zurecht. Im Anschluss produziert Eddie seine erste Wertprädikation innerhalb dieser Bewertungssequenz: „*i think the visuals are off.*“ (Zeile 0831, Transkript 19). Innerhalb dieser zehn Sekunden lässt sich auf Basis obiger Beschreibungen körperlich eine Synchronisierungstendenz (Pfänder et al. 2017) zwischen Eddie und Frank nachzeichnen, die primär über den Atem, der sukzessive aneinander angeglichen wird, sowie die zugehörige Hilfsmuskulatur im Schulter- und Brustbereich, mittels welcher die körperlichen Markierungen erfolgten, beobachtbar wird. Die im Raum stehende Wertprädikation von Frank wird also keineswegs unvermittelt durch Eddie kontradiert (oder relativierend in ein neues Licht gerückt), wie das Verbaltranskript (Transkript 19) nahelegen könnte, sondern innerhalb dieser zehn Sekunden bereits antizipierbar gemacht.¹⁴⁹ Über die gesamte verbale Pause hinweg sind die anderen Interaktionsteilnehmenden weiterhin auf die Ausdrücke fokussiert, wobei insbesondere darauf hinzuweisen ist, dass bis zu Eddies Zurechtrücken der Brille keine Sprecherwechselsignale erkennbar sind. Ob dies auf ein gemeinsames Wissen darüber zurückzuführen ist, dass Franks Wertprädikation nicht die abschliessende sein wird – und dass es innerhalb dieser Interaktionskonstellation aufgrund ihrer hierarchischen Stellung und Seniorität entweder an Frank oder Eddie ist, den Turn zu übernehmen –, lässt sich entlang der oben illustrierten Sequenz über den Hinweis hinaus, dass ihnen offensichtlich der Floor überlassen wird, nicht abschliessend klären. Im Kontext weiterer Bewertungssequenzen betrachtet, lässt sich diese Vermutung allerdings erhärten (vgl. Kapitel 6.5.2.3).

Die Wertprädikation Eddies, die *visuals* seien *off*, führt zu einer Reihe an körperlichen Reaktionen der anderen Interaktionsteilnehmenden (Schmitt 2007, Fusaroli/Tylén 2012), welche in einer sukzessiven Auflösung des gemeinsamen Aufmerksamkeitsfokus auf die beiden Ausdrücke mündet. So setzt sich zuerst Denis im Zuge von Franks Zustimmung („*ja:_des_is_richtig.*“, Zeile 0832, Transkript 19) zurück aufs Sofa, während Carlos (Abb. 45, untere Bildstrecke, mittleres Standbild) sein Hinsetzen während

149 An dieser Stelle wäre es selbst unter einem sehr weit gefassten Bewertungsbegriff anspruchsvoll, die Atemsynchronisation als negative Prädikation hinsichtlich der Hervorbringung zu verstehen. Dennoch sei darauf hingewiesen, dass körperliche Bewertungen – meist ko-expressiv die verbale Ebene stützend – durchaus im Korpus vertreten sind. Ein solches Beispiel wurde in der vorliegenden Studie bereits diskutiert, allerdings unter einem anderen Fokus (siehe Abb. 20, Seite 152).

Franks darauffolgender Intonationsphrase „=es ZÜNdet noch nicht;“ initiiert. Zeitgleich zu Denis' Zurückweichen hebt Bea ihren Blick auf Frank, und auch Anna, deren Hervorbringung im Zentrum dieser Bewertungssequenz steht, löst ihren Blick während Eddies Wertprädikation von den Ausdrucken und blickt zuerst Eddie und danach Frank an.

Betrachtet man die oben beschriebenen körperlichen Koordinierungsaktivitäten in ihrer Summe, lässt sich festhalten, dass nach der initialen Wertprädikation durch Frank eine gemeinsame Aufmerksamkeitsfokussierung auf die Ausdrücke erfolgt. In diesem Zuge lässt sich zuerst ein sequenziell auf körperlicher Ebene hergestellter Konsens via Atem, Schulterbewegungen und Kopfschütteln über die nicht uneingeschränkte Ausdehnbarkeit der Prädikation auf die gesamte Hervorbringung zwischen Eddie und Frank nachvollziehen. Sobald die qualifizierend-relativierende Wertprädikation durch Eddie verbal geäußert wurde, lassen sich direkte Reaktionen der anderen Interaktionsteilnehmenden beobachten, welche sich allesamt sukzessive von den Ausdrucken abwenden.

Dieser Wechsel der Aufmerksamkeitsfokussierung lässt sich auch als antizipatorisch in dem Sinne verstehen, dass dadurch mitunter ein längerer Turn durch Frank projiziert wird. Diesen setzt Frank im Anschluss auf verbaler Ebene selbst relevant; wie der weitere Interaktionsverlauf („also guck?“ Zeile 0835, Transkript 26) verdeutlicht, fordert er eine visuelle Aufmerksamkeitsfokussierung von Anna ein, welche in der Folge zu einer Weiterentwicklungssequenz führen wird.

Parallel zu den körperlichen Zu- und Abwendungsbeobachtungen lässt sich auch auf verbaler Ebene ein Ausloten eines *common ground* (Clark 2012) nachzeichnen, das sich sowohl auf der Ebene des Bewertungssubjekts (von „*ich*“ (Zeile 0828) zu „*ds*“ (Zeile 0830) und von „*i*“ (Zeile 0831) zu „*es*“ (Zeile 0833)) als auch hinsichtlich der Prädikation (von „*find*“ (Zeile 0828) zu „*is*“ (Zeile 0830) und „*think*“ zu „[*es*] ZÜNdet“ (Zeile 0833)) als Bewegung von persönlicher zu generalisierter Perspektive zusammenfassen lässt.

Die oben diskutierte Sequenz verdeutlicht hinsichtlich des Erkenntnisinteresses der vorliegenden Arbeit somit dreierlei: Einerseits wurde ein weiterer Beleg für die Erwartbarmachung von Weiterentwicklungssequenzen via zuerst positiver und anschliessend negativer Wertprädikation aufgeführt, welcher die vorangegangenen Beobachtungen (siehe Kapitel 6.5.1) verdichtet. Zweitens konnte aufgezeigt werden, dass die Konsensetablierung über die Bewertung einer Hervorbringung eine prozessuale ist, welche sich bereits

im Zuge der Bewertungssequenzen auf einer grossen Bandbreite an Modalitätsebenen sedimentiert. Im diskutierten Beispiel wurde dies unter anderem entlang einer über zehnekündigen verbalen Pause nachgezeichnet, während derer sich Synchronisierungstendenzen (Pfänder et al. 2017) zwischen Eddie und Frank beobachten liessen. Über die Konsensetablierung hinaus konnte zudem festgehalten werden, dass (wie auch im Zuge der Schlüsselsequenz herausgearbeitet wurde, vgl. 6.5.1) im oben diskutierten Ausschnitt ein zentrales Element nicht vorhanden ist: Die Ebene des Sollwerts (Hartung 2000). Damit dient die obige Sequenz als weiterer Beleg dafür, dass im Zuge der Bewertung oftmals zwar das Objekt der Bewertung klar benannt („*line*“ / „*visuals*“) wird, allerdings weder der Aspekt der Bewertung (es zündet noch nicht) noch die Wertprädikation als solche eine (indirekte) Thematisierung des Sollwertes beinhalten. Im Zuge der Bewertung der Hervorbringung wird demnach zwar expliziert, was (noch) nicht gut ist, allerdings (noch) nicht erklärt, wie die Zielsetzung aussähe (vgl. Weiterentwicklungssequenzen, Kapitel 6.5.5).

6.5.2.2. *Vom Regieaspekt her*

Entlang nachfolgender Sequenz wird ein bislang nur am Rande beschriebener Aspekt der Bewertungssequenzen bearbeitet, der, wie sich zeigen wird, eine zentrale Rolle für den Interaktionsverlauf spielen kann. Wie herausgearbeitet wurde (Kapitel 6.5 und 6.5.2), machen initial positive Wertprädikationen, auf welche negative Wertprädikationen folgen, grundsätzlich eine Weiterentwicklungssequenz (Kapitel 6.5.5) erwartbar. Im nachfolgenden Ausschnitt ist die Reihenfolge der Wertprädikationen eine andere – aufgrund des vehementen Widerstandes der Person, welche die Hervorbringung vorab präsentiert hatte, wird allerdings dennoch eine Weiterentwicklungssequenz eingeleitet. Dadurch wird zentral auf die Rolle der ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden und insbesondere derjenigen Person hingewiesen, deren Hervorbringung im Zentrum der Bewertungssequenz steht, und der Umstand akzentuiert, dass zwar auf Makroebene strukturell betrachtet gewisse Interaktionseinheiten auf Basis konkreter mikrostruktureller Interaktionsmuster wahrscheinlicher erscheinen, grundsätzlich allerdings jede „Interaktion als multimodale Hervorbringung aller Beteiligten“ (Deppermann/Schmitt 2007: 20) zu betrachten ist, weshalb eine Regelmässigkeit, welche als Basis der durch sie formulierten sequenziellen Erwartbarkeit den dominierenden Teil der Interaktionsteilnehmenden im Blickfeld hat, zwingend reduktionistisch ist.

Der Ausschnitt, welcher im Folgenden im Zentrum stehen wird, stammt aus dem Subkorpus „Athene“ (vgl. Kapitel 3.5) und spielt sich im

Büro der Creative Directors ab. Die Szene ist Teil einer zeitlich terminierten Austauschsequenz (vgl. Kapitel 6.3.1) und dreht sich um die Werbemittelentwicklung für eine Fastfood-Kette, welche eine Kaffeeaktion bewerben möchte. An der Interaktion sind nebst den beiden Creative Directors Eddie und Frank die Mitarbeitenden Jonas und Mia beteiligt. Die Präsentationssequenz, die dem unten diskutierten Ausschnitt vorangeht, wurde in Kapitel 6.4.2.2 diskutiert.

Wie nachfolgendes Transkript (Transkript 20) vor Augen führt, liegt in der diskutierten Sequenz nicht der in Kapitel 6.5 beschriebene Fall einer Wertprädikationsreihenfolge vor, die eine Weiterentwicklungssequenz erwarten liesse – vielmehr äussert Eddie initial eine Frage (Zeile 0623), welche Frank im Zuge einer negativen Wertprädikation beantwortet (Zeile 0625). Erst im Anschluss daran wird eine positive Wertprädikation formuliert („is ne SCHÖne i`dee“, Zeile 0627).

Transkript 20: A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0623-0637)

0623 Edd: sOrry do you NEED the?
 0624 (0.57)
 0625 Fra: mAcht den FILM zu kompli[zIert.]
 0626 Edd: [YOA;]
 0627 Fra: (0.12) is ne SCHÖne i`dee ey das ne;
 0628 (0.4) alsO (.) das EHRlich,=
 0629 =Jonas,
 0630 das ne SCHÖne IDEE,=
 0631 =fInde ICH?
 0632 (1.01) ja?
 0633 (0.52)
 0634 Jon: (xxx)
 0635 Fra: Aba: ich FINde das macht den film,
 0636 (0.8) (das/es) gIbt dem son ku(0.27) das mAcht ihn
 kompli!ZIERT!;
 0637 (0.43)

Es ist darauf hinzuweisen, dass Eddies Frage in Zeile 0623 (Transkript 20) elliptisch formuliert ist – was (nicht) gebraucht wird, wird von ihm nicht weiter expliziert. Nichtsdestotrotz scheint Frank die Referenz („the“, Zeile 0623) aufzunehmen und in den Zeilen 0635 und 0636 („das“) ebenfalls ohne Spezifizierung zu wiederholen. Dieser Umstand lässt darauf schliessen, dass bereits eine Konsensetablierung hinsichtlich des Bewertungsobjekts vorangegangen ist; sowohl Frank als auch Eddie referenzieren auf ein Objekt, das

den Film zu kompliziert mache, ohne diese Referenz zu explizieren oder sich im vorangegangenen Interaktionsverlauf darüber ausgetauscht zu haben.¹⁵⁰

Des Weiteren lassen sich entlang des oben abgedruckten Ausschnittes die Befunde hinsichtlich der kategoriellen Setzung, welche in Kapitel 6.4.3.1 herausgearbeitet wurden, weiter schärfen und ergänzen. Die Interaktionsteilnehmenden differenzieren auf verbaler Ebene zwischen einer Idee (Zeile 0627 und 0630), die schön sei, und dem Film (Zeile 0625 sowie 0635), der durch etwas zu kompliziert gemacht werde. Die Hervorbringung erscheint also als Bewertungsobjekt zweigeteilt: Einerseits wird eine Idee benannt, die positiv bewertet wird, andererseits ein Film, der aufgrund eines nicht näher benannten Elementes zu kompliziert gemacht wurde. Darüber hinaus werden beide Bewertungsobjekte, also sowohl die Idee als auch der Film, nicht unter dem Aspekt des Neuigkeitswerts verhandelt – ein Befund, der, wie in Kapitel 6.5.4 herausgearbeitet wird, für die Weiterverfolgung einer Hervorbringung eine zentrale Rolle spielt.

Grundsätzlich lässt sich auf Basis der bisherigen Ausführungen zu Bewertungssequenzen festhalten, dass hinsichtlich der oben beschriebenen Struktur eine Weiterentwicklungssequenz nicht wahrscheinlich erscheint – und, folgt man den Befunden (siehe Kapitel 6.5), demnach strukturell betrachtet eine nächste Präsentationssequenz zu erwarten wäre. Wie der weitere, in Abb. 46 illustrierte Interaktionsverlauf zeigt, lässt Jonas die von Eddie und Frank geäußerten Wertprädikationen allerdings nicht so stehen (Angouri/Locher 2012).

So verdeutlicht die erste Bilderstrecke in Abb. 46, dass Jonas die weitere Bewertung seiner Hervorbringung (und die zum Zeitpunkt des obigen Transkript 20 strukturell zu erwartende Überleitung in eine nächste Präsentationssequenz) in einer beachtenswerten Art und Weise unterbricht: Auf den hinteren Beinen seines Stuhles balancierend und dadurch eine beinahe schon maximale Distanz des sitzend-möglichen zum Tisch und den anderen Interaktionsteilnehmenden einnehmend, markiert er verbal einerseits, anderer Meinung zu sein, andererseits aber auch, um die unausgesprochene Referenz zu wissen, auf welche Eddie und Frank vorab Bezug genommen haben („(0.46) *ich WEISS was ihr meint,*“, Zeile 0645, Transkript 21). Nebst der Markierung eines *common grounds* (Clark 2012), den auch er nicht weiter expliziert, sichert er seinen Turn durch schnelles Anschliessen seiner nächsten

150 Während der diesem Ausschnitt vorangegangenen Präsentationssequenz zwischen den beiden Creative Directors lassen sich allerdings mikroanalytisch Synchronisierungsaktivitäten (Breyer et al. 2017, Krug 2022) nachzeichnen, siehe Kapitel 6.4.2.2.

Intonationsphrase ab und macht dergestalt deutlich, dass die Wertprädikation als Thema noch nicht abgeschlossen ist (Schegloff/Sacks 1973: 306).



Edd: [m] [hm]
 Fra: [BR] [A] UCHTS des;
 Jon: • ICH,
 Edd: no but THATS what [i m] [asking] [if it need to;]
 Jon: [ich] [BRA] [UCHS;
 (0.19)
 Jon: also ICH f äh;
 (0.46) ich WEISS was ihr mEint,=
 =also ich ich_ • FINDS auch nicht kompli'ziert die idee.
 (0.2) also, (0.32) • (0.56)



Jon: also ersmal vom reGIEaspekt;=
 =is es ja • sUper SCHNELL erzählt,
 (0.48) wieSO ich_s brAUCH;
 (0.37) sag ich jEtz ma bei ((Auslassung))_kaffEE?
 ich !MÖCHT! kEinen abgestAnden kalten <<p> ((Auslassung)) •_kaffee >,
 (1.23)



Jon: also;
 (0.21) der mUss f:: also wenn
 [der da • drin] [STEHT] is der al [le;]
 Fra: [ahA] [ah] [it has]
 to be very FRESH;
 das isn
 Jon:
 Edd: <<p> (hm) >;
 (0.54)
 d_ [das is • in der] TAT n argumEnt;
 [das is SO:,]

Abb. 46: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0638–0661 von A_171116_K6_Free_Coffee

In der Folge (mittleres und rechtes Standbild) lassen sich die Befunde der ungleichen Mobilitätsressourcen wie auch eine Wiederaufnahme der durch Jonas im Zuge seiner Präsentation etablierten mentalen Ressourcen (und der damit verbundenen Gestenraumspezifika, vgl. Seite 214) nachzeichnen. In einem ersten Schritt ist darauf hinzuweisen, dass Jonas die Wertprädikationen (die Idee ist schön, X macht den Film zu kompliziert) nicht in der vorab von Frank geäußerten Form wiederaufnimmt, sondern im Zuge seines Widerspruchs das Bewertungsobjekt der Idee anführt, welche er nicht kompliziert finde („=also ich ich_FINDS auch nich kompliziert die idee.“, Zeile 0646, Transkript Transkript 21). Wie im Zuge der Analyse der Selbstevaluationen vor den Präsentationssequenzen herausgearbeitet wurde, ist die Kategorie der Idee eine umfassendere – und Kritik an derselben entsprechend umso gewichtiger (vgl. Kapitel 6.4.3.1). Die dergestalt vollzogene Umdeutung der Wertprädikation wird von Jonas mit einer Geste begleitet, mit welcher er die Idee ko-expressiv im Gestenraum 1 verortet – wodurch er, kohärent zu seinen Darstellungen während der Präsentationssequenz, auf die übergeordnete Ebene verweist (siehe Abb. 38 auf Seite 214).

Dadurch verdeutlicht Jonas, dass für ihn (im partiellen Widerspruch zu den vorangegangenen Wertprädikationen) die übergeordnete Idee als solche von der Bewertung betroffen ist – und widerspricht diesem Umstand vehement: In einem nächsten Schritt erhebt sich Jonas, der zuvor (siehe Abb. 46, links oben) das eingeschränkte Mobilitätspotenzial seiner Sitzgelegenheit (siehe hierzu Kapitel 3.6.3) bis zum Kipppunkt ausgenutzt hatte, von seinem Stuhl und bleibt in der Folge über die nächsten vier Intonationsphrasen hinweg hinter diesem stehen.

Im Zuge der Raumanalyse (vgl. Kapitel 3.6.3) sowie im Zuge der Analyse verschiedener Interaktionssequenzen, die im Büro der beiden Creative Directors stattfinden (exemplarisch 6.3.1.1) wurde darauf hingewiesen, dass die räumliche Struktur und die Möblierung abhängig von der Sitzgelegenheit sehr unterschiedliche Mobilitätspotentiale bereithalten. Jonas' Position, zwischen Sofa und Tisch in der Ecke stehend, ist im asymmetrisch verteilten Spektrum der Ressource der Mobilität¹⁵¹ augenscheinlich am unteren Ende der Skala anzusiedeln. Die Extension der Asymmetrie lässt sich entlang der unten abgedruckten Abb. 47 verdeutlichen, welche die Bewegungsverläufe¹⁵²

151 Das durchaus mit der hierarchischen Asymmetrie korreliert, vgl. Fussnote 147.

152 Das Motion-Tracking wurde mithilfe von *R* (R Core Team 2022), *Blender* (Blender Development Team 2022) und *Python* (van Rossum 2022) entlang der Brillen der

von Jonas und Frank über den Zeitraum der hier diskutierten Sequenz (Transkript 21) sowie derjenigen in Kapitel 6.5.5.3 (Transkript 34) hinweg visualisiert und entlang welcher die Gedrängtheit von Jonas' Bewegung (links) im Gegensatz zu der Weitläufigkeit der Bewegung von Frank (rechts) verdeutlicht werden kann.



Abb. 47: Motion-Tracking der Brillen von Jonas (links, grün) und Frank (rechts, blau). Die Bewegungsverläufe entsprechen den Transkriptzeilen 0628–0732¹⁵³

beiden Interaktionsbeteiligten vollzogen, wodurch – im Unterschied zu einer Visualisierung der Bewegungen der Hände – Bewegungsabläufe in den Fokus gesetzt wurden, welche den Kopf miteinbeziehen. Somit wird auf das gesamtkörperliche Mobilitätspotenzial von Jonas und Eddie fokussiert. Zu Veranschaulichungszwecken wurde ein Referenzbild hinter die reinen Bewegungslinien gelegt.

- 153 Die obige Grafik ist zur unterstützenden Visualisierung des anderweitig herausgearbeiteten Aspekts dienlich, hat aber selbstredend ihre Limitierungen. So ist mit zu beachten, dass der Kamerawinkel, auf dessen Basis die Bewegungsverfolgung durchgeführt wurde, kein rechtwinkliger, die Interaktionsbeteiligten im Profil abbildender ist, sondern vielmehr in zwei Dimensionen diagonal verzerrt (von oben herab und linkslastig) – und zugleich auf zwei Dimensionen reduziert. Dadurch sind die Extensionen von Franks Bewegungsabläufen in der Zweidimensionalität der Abbildung kleiner, als sie sich im dreidimensionalen Raum darstellen würden. Nichtsdestotrotz verdeutlicht die Abbildung trotz ihrer Limitierungen die Asymmetrie der Mobilitätsressource – und den Ausreisser, der Jonas Aufstehen produziert.

Dieser Aspekt wird durch Jonas körperlich nun durch sein Aufstehen deutlich bearbeitet: Wortwörtlich von oben herab untermalt Jonas nun stehend seinen Einwand gegenüber der Wertprädikation (es ist nicht kompliziert, denn „(0.88) *also ersmal vom reGIEAspekt;= =is es ja sUper SCHNELL erzählt*“, Zeile 0648 f, Transkript 21) mit einer schnellen, dreimal wiederholten Gestenphrase, in der er nicht nur sicht-, sondern auch hörbar mit der rechten ausgestreckten Hand auf die geöffnete, horizontal ausgerichtete Handinnenfläche schlägt.¹⁵⁴ In diesem Zuge setzt Jonas nicht nur das Bewertungsobjekt der technisch-ästhetischen Produktionsebene relevant, sondern markiert gleichzeitig ein Wissen um ebendiesen Regieaspekt, der von ihm mitbedacht wurde. Darauf folgend greift er, ko-expressiv zum fokusakzentuierten „*ich !MÖCHT!*“ (Zeile 0652, Transkript 21) nach seinem Stuhl, dreht ihn, den Blick weiterhin auf Frank gerichtet, um und setzt sich anschließend rücklings auf den nun mit der Lehne zu dem anderen zeigenden Stuhl (siehe Abb. 46, mittlere Bildstrecke rechts). Dergestalt wieder am Tisch sitzend, setzt er zu einer Darstellung des (folgt man seinen Ausführungen) kritisierten Umstandes an, in dem er, auf den Gestenraum 2 (siehe Abb. 38) zurückgreifend, den Kaffee, „*der da drin STEHT*“ (Zeile 0655, Transkript 21), gestisch auf dem Tisch verortet. Dieser Rückgriff auf das von ihm vorab präsentierte Szenario (vgl. 6.4.2.2) via der bereits etablierten mentalen Ressourcen (vgl. Kapitel 6) wird von Frank dadurch unterbrochen, dass er dem Einwand stattgibt („*das isn d_ das is in der TAT n argumEnt*“, Zeile 0658, Transkript 21). Betrachtet man Franks Blickrichtung während ebendieser Intonationsphrase, fällt allerdings auf, dass er diese Zustimmung zu Jonas' Ausführungen nicht zu ihm gewandt, sondern mit Blick auf Eddie äussert. Bereits während Jonas' Aufstehen, seines Einwands und des darauffolgenden Hinsetzens lässt sich mikroanalytisch eine parallel zu Jonas' Aktivitäten ablaufende (Haddington et al. 2014, Krug 2022), differenzierte Abstimmungs- und Koordinationsleistung via Blickrichtung, Atemregulation und Veränderung der Handhaltungen zwischen Eddie und Frank nachzeichnen, die in diesem Moment sehr deutlich im Zuge des blicklich klar markierten Sprecherwechselsignales (Sacks et al. 1974, Mondada 2007b, Brône et al. 2017, Auer 2021) und einer damit einhergehenden Fremdwahl Eddies zu Tage tritt. Dies lässt sich durchaus als manifester Teil der Konsensetablierungs-

154 Diese Geste wurde im Korpus oftmals ko-expressiv zu Äußerungen beobachtet, welche die technische Ebene des Filmschnittes betreffen, vgl. exemplarisch Kapitel 6.4.2.1.

tendenzen verstehen, die in diesen Sequenzen latent im Hintergrund der Interaktion ablaufen; die vorab als mindestens geteilte, gegebenenfalls gar als ko-konstruiert (Dausendschön-Gay et al. 2015) zu verstehende Haltung (siehe Transkript 20) gegenüber der Hervorbringung von Jonas wird im Zuge von Franks Akzeptanz des eingewendeten Arguments (Zeilen 0656ff, Transkript 21) in Frage gestellt. Dass Frank in diesem Moment den Turn an Eddie abzugeben versucht, lässt sich aus dieser Perspektive als Versuch verstehen, den angefochtenen Konsens in einer positiven Konnotation wieder auszuweiten. Eddie reagiert allerdings nur mit einem indifferent und sehr leise intonierten „hm“. Diesen nicht ganz erfolgreichen Sprecherwechsel ausnützend, übernimmt in der Folge wiederum Jonas den Turn, der nun seinen vorherigen Einwand modalisierend abschwächt (Zeilen 0662–0673). Franks Versuch, den Turn im Anschluss wieder zu übernehmen, wird von Jonas durch sehr schnell sprechenden Anschluss unterbunden. In diesem Zuge lässt sich die Modalisierungstendenz auch auf Ebene der verwendeten Verbformen nachzeichnen: Jonas, der vorab noch von *brauchen* gesprochen hat, verweist nun auf eine emotiv-intuitive Argumentationslinie („=MEIN Gefühl hat mir gesagt;“ Zeile 0669, Transkript 21). In Zeile 0675 setzt Jonas dann zu einem über das Partikel *so* eingeleitetem *reenactment* (Sidnell 2006: 382) an, in welchem er auf bereits etablierte mentale Ressourcen zurückgreift, um das im Zuge seiner Präsentation verfügbar gemachte Szenario (Brünner/Gülich 2002: 36) ausschnittsweise ein weiteres Mal zu inszenieren.

Franks Reaktion auf diese partielle Wiederinszenierung lässt sich auf den diesen Austauschsequenzen übergeordneten Imperativ der Effizienzmaximierung (Lenk 2000: 93, Koppetsch 2006a: 149–151, Reckwitz 2014: 10) zurückführen – während im Zuge der Analyse der Präsentationssequenzen herausgearbeitet wurde, dass die Präsentierenden nur in Ausnahmefällen vor dem von ihnen markierten Ende einer Hervorbringung unterbrochen werden (siehe beispielsweise Seite 223), ist hier nun das Gegenteil zu beobachten. Frank unterbricht Jonas, noch während dieser entlang der räumlichen Überlagerung gestisch das Szenario wieder verfügbar macht, und markiert explizit, dass er nun eine Weiterentwicklungsvariante zur Diskussion stellen werde, über die nachzudenken sei (Zeile 0679–0682, Transkript 21).

In der oben diskutierten Sequenz wurde der generalisierende Befund der strukturellen Implikation der Reihenfolge der Wertprädikationen (vgl. Kapitel 6.5 sowie 6.5.2) weiter differenziert und dahingehend erweitert, dass im Zuge der Analyse deutlich gemacht wurde, dass die strukturelle Erwartbarkeit keine absolute ist, sondern vielmehr von allen Interaktionsteilnehmenden

gemeinsam hervorgebracht wird (Schegloff/Sacks 1973, Schegloff 2007b) – und dementsprechend auch alle Interaktionsteilnehmenden damit brechen können. Darüber hinaus konnte der Befund der kontinuierlichen Konsensetablierung, welche sich bereits während der Präsentationssequenzen abzeichnet, in ihren Manifestierungen in den Bewertungssequenzen verdichtet werden. Zudem diene die oben diskutierte Sequenz als weiterer Beleg für eine Reihe von Befunden, die hinsichtlich der Mobilitätsaspekte, des Gesteneinsatzes und des Rückgriffs auf etablierte mentale Ressourcen festgehalten wurden.¹⁵⁵

Transkript 21: A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0623-0687)

0623 Edd: sOrry do you NEED the?
 0624 (0.57)
 0625 Fra: mAcht den FILM zu kompli[zIert.]
 0626 Edd: [YOA;]
 0627 Fra: (0.12) is ne SCHÖne i`dee ey das ne;
 0628 (0.4) alsO (.) das EHRlich,=
 0629 =JOnas,
 0630 das ne SCHÖne IDEE,=
 0631 =fInde ICH?
 0632 (1.01) ja?
 0633 (0.52)
 0634 Jon: (xxx)
 0635 Fra: Aba:ich FINde das macht den film,
 0636 (0.8) (das/es) gIbt dem son ku(0.27) das mAcht ihn
 kompli!ZIERT!;
 0637 (0.43)
 0638 Edd: [m][hm]
 0639 Fra: [BR][A]UCHTS des;
 0640 Jon: ICH,
 0641 Edd: no but THATS what [i _m][asking][if it need to;]
 0642 Jon: [ich][BRA][UCHS;]
 0643 (0.19)

155 Betrachtet man die gesamte Interaktionssequenz, so fällt darüber hinaus auch ein Befund ins Auge, der bereits an anderer Stelle herausgearbeitet wurde: Sowohl hinsichtlich der Wertprädikationen als auch bei der Analyse von Jonas' Intervention lässt sich ein Mäandrieren der Personalpronomenverwendung nachzeichnen, das auf die Pole des Subjektiven und Unpersönlichen, Generalisierbaren verweist (siehe hierzu auch Kapitel 6.5.1).

0644 Jon: also ICH f_äh;
 0645 (0.46) ich WEISS was ihr meint,=
 0646 =also ich ich _FINDS auch nich kompli'ziert die idee.
 0647 (0.2) also,
 0648 (0.88) also ersmal vom reGIEaspekt;=
 0649 =is es ja sUper SCHNEll erzählt,
 0650 (0.48) wieso ich _s brAUch;
 0651 (0.37) sag ich jetzt _ma bei ((Auslassung)) _kaffEE?
 0652 ich !MÖCHT! keinen abgestAnden kalten <<p>
 ((Auslassung)) _kaffee >,
 0653 (1.23)
 0654 Jon: also;
 0655 (0.21) der mUss f::_also wenn [der da drin][STEHT]
 is der al[le;]
 0656 Fra: [ahA] [ah]
 0657 [it has] to be very FRESH;
 0658 das isn d _[das is in der] TAT n argumEnt;
 0659 Jon: [das is SO:,]
 0660 Edd: <<p> (hm) >;
 0661 (0.54)
 0662 Jon: weiss_e aso ich ich mein es (.) BRAUCHTS;=
 0663 =grUndsätzlich nicht aber der BECher;=nur also
 WANN hat er den geholt;=
 0664 =vielleicht _is _es _auch zu:- (0.58)
 reaLIstisch _jetz gedAcht,
 0665 aber wAnn hat er den[gehOLT wie:-]
 (0.42) Äh äh;;
 0666 Fra: [glaub ich schon AUCH aba-]
 0667 (2.29)
 0668 Jon: <<all> KEIne ahnung >;=
 0669 =MEIN gefÜhl hat mir gesagt;
 0670 also den KAFfee is einfach scho:n zu;
 0671 da is _schon diese kOmische SCHAUMkrone wie bei edDIES.
 0672 so im kaffeeBECher den man oben un der is nich mehr so;;
 0673 (0.48) !GAIL! ein`fAch (.) ne?=
 0674 =und WENN dann,
 0675 (0.37) wenn !SIE! soin die küche geht;
 0676 (0.15) <<mit hoher Stimme> (yeah) i m gONna bring
 some MORE >;=
 0677 =<<p> un SIE so >;
 0678 (0.39) !DOLL!;
 0679 ((lacht))da kOmmt dieser JUNge <<r> und bringt ihr
 den kaf[fee > mit];

0680 Fra: [ich gl]
 also ICH würde mal sAgen;
 0681 Jon: (.) und sie nimmt reisst ihm (die)[(xxx),]
 0682 Fra: [SO ne va]riAnte
 nachdenken;
 0683 (0.32) ja?
 0684 (0.63)
 0685 Fra: ähm;;
 0686 Jon: ((hustet))
 0687 (0.35)

6.5.2.3. Eine Frage der Abfolge

Bislang wurden im Zuge der Analyse von Bewertungssequenzen, welche im direkten Anschluss eine Weiterentwicklungssequenz erwartbar machen, primär längere Bewertungssequenzen mit mehr als zwei Interaktionsteilnehmenden diskutiert. Um die bisherigen Befunde zu ergänzen, wird nachfolgend eine kürzere Sequenz abgebildet, welche aus dem Terry-Korpus (siehe Kapitel 3.3) stammt. Dem unten abgedruckten Ausschnitt vorangehend hatte Laurenz im Zuge der ungeplanten, zeitlich nicht fixierten Austauschsequenz (vgl. Kapitel 6.3.2) im Kreativraum der Agentur (siehe Kapitel 3.4) eine Hervorbringung präsentiert, welche im Zuge einer Digtalkkampagne mittels einer Art Bilderstrecke für einen international tätigen Kunden werben sollte.

Nachdem Laurenz seine Hervorbringung Janos in Form eines Ausdruckes gezeigt und anschliessend im Zuge eines Szenarios (Brünner/Gülich 2002: 36) verfügbar gemacht hat, entfaltet sich die Interaktionssequenz folgendermassen:

Transkript 22: T_171131_K3_Zug (Zeilen 0192-0212)

0196 JAN: <<hohe Stimme> hoi wie gots > aso findi scho LUSCHTig ebbe;
 0197 (8.44)
 0198 jä;
 0199 (1.35)
 0200 worum NID worum nid;
 0201 <<acc> abfolg miemmer > nomol überLEGge also ich
 find das sicher-
 0202 (7.24)
 0203 nid so SCHLÄCHT;
 0204 (0.4)

0205	((1,4 Sekunden unverständlich))
0206	(0.97)
0207	und de CHA mes no;
0208 LAU:	mhm:;
0209	(0.69)
0210	zerscht,
0211	(0.79)
0212 JAN:	weisch sie LAHT en denn halt ä so stAh weisch;

Entlang des oben abgedruckten Transkripts lässt sich nachzeichnen, dass Janos zu Beginn des Ausschnittes die Hervorbringung von Laurenz partiell wiederaufnimmt, indem er paraverbal hervorhebend (Günthner 1999: 704) einen Teil der Präsentation reproduziert. Der dadurch referenzierte Teil der Hervorbringung wird nachfolgend („*aso findi scho LUSCHtig ebbe*“, Zeile 0196, Transkript 22) positiv (Pomerantz 1984) bewertet. Diese Wertprädikation steht über acht Sekunden lang im Raum, während Janos sich nochmals den Ausdruck ansieht. Daraufhin wiederholt Janos, den Blick noch immer auf den Ausdruck gerichtet, zweimal die Frage „*worum NID*“ (Zeile 0200). An dieser Stelle lässt sich auf Basis der damit einhergehenden Implikatur (Grice 1979) darauf hinweisen, dass Janos den Erwartungsbruch der Hervorbringung nicht nur eingangs unter dem Aspekt des Humors markiert, sondern in dieser Dopplung der Frage zugleich auch transparent macht, dass die Hervorbringung von einer Antizipation abweicht, was allerdings nicht grundsätzlich als negativ empfunden wird. In Zeile 0201 wird nun deutlich, dass Janos zwar hinsichtlich der Abfolge noch Weiterentwicklungspotential sieht, dieses allerdings im Rahmen einer kollektiven Tätigkeit („*miemmer [...] überLEGge*“, Zeile 0201, Transkript 22) verortet. Die angefangene Wertprädikation „*also ich find das sicher*“ wird mit einem weiteren Blick auf den Ausdruck pausiert, um dann mit „*nid so SCHLÄCHT*“ in Zeile 0203 komplettiert zu werden. In der Folge lassen sich (Zeilen 0207 sowie 0210) Ansätze einer Weiterentwicklungssequenz beobachten, die dann in Zeile 0212 via direkter Referenz auf die Figuren, welche vorab verfügbar gemacht wurden, initiiert wird.

Betrachtet man die oben diskutierte Sequenz im Kontext der anderen in diesem Kapitel diskutierten Bewertungssequenzen, lassen sich entlang ihrer Struktur, aber auch der Wertprädikationen bestehende Befunde verdichten. Wie in Kapitel 6.5.2.1 konnte auch in dieser Sequenz beobachtet werden, dass die längeren verbalen Pausen die interaktiven Normen derartiger Austauschsequenzen in den Fokus rücken: Wer wann was bewerten darf, scheint

einen geteilten Wissensrahmen darzustellen, der interaktionskonstitutiv in dem Sinne ist, als dass ungeachtet der übergeordneten Effizienzmaxime der Austauschsequenzen diese verbalen Auszeiten (Schmitt 2004) nicht unterbrochen werden und dadurch eine Sequenzialität des Turn-Takings eingehalten wird (die auch in anderen Kontexten deutlich normative Kopplung aufweist, vgl. Maroni et al. 2008).

6.5.3. Bewertungen, die eine spätere Weiterentwicklung erwartbar machen

Ein verbindendes Element der in den vorangegangenen Kapiteln diskutierten Bewertungssequenzen (Kapitel 6.5.1 sowie 6.5.2) war, dass in ihrem Zuge einerseits die bewertete Hervorbringung als solche akzeptiert und andererseits eine nachfolgende Weiterentwicklungssequenz relevant gesetzt wurde. Im nachfolgenden Kapitel stehen abweichend dazu Bewertungssequenzen im Zentrum, durch welche die Hervorbringungen ebenfalls nicht grundsätzlich verworfen werden, die Weiterentwicklungen allerdings auf einen späteren Zeitpunkt verschoben – und damit einhergehend oftmals als Auftrag an die Präsentierenden delegiert – werden. Die im vorliegenden Kapitel diskutierten Bewertungssequenzen teilen daher verschiedene Eigenschaften mit denjenigen Bewertungssequenzen, auf welche direkt im Anschluss Weiterentwicklungssequenzen folgen (vgl. Kapitel 6.5.2). So wird auch im Zuge Ersterer oftmals initial eine positive Wertprädikation formuliert, auf welche eine negative Wertprädikation folgt, welche einen anderen Aspekt oder einen anderen Teil der Hervorbringung fokussiert.

Im Unterschied zu den Bewertungssequenzen, welche in eine direkt anschließende Weiterentwicklungssequenz überführt werden, lässt sich allerdings nachzeichnen, dass die im vorliegenden Kapitel im Zentrum stehenden Bewertungssequenzen, in deren Zuge die Weiterentwicklung vertagt wird, den Aspekt der *Passung* unter einer Problematisierung des *Neuigkeitswertes* bearbeiten. Ebendieser Befund soll in der Folge durch drei Sequenzen belegt werden, die weniger durch die mikroanalytische Aufarbeitung jedes einzelnen Ausschnittes, sondern vielmehr in ihrer Summe den Nachvollzug der Bewertungssequenzen ermöglichen sollen.

Dadurch wird der Aspekt der *Passung* dahingehend differenziert, als dass darunter in den nachfolgenden Sequenzen grundsätzlich Wertprädikationen fallen, welche sich auf das Dilemma des *Neuen* beziehen lassen.

Bereits in der theoriebasierten Diskussion um den Begriff des *Neuen* (Kapitel 4.5) wurde darauf hingewiesen, dass dem kleinsten gemeinsamen Nenner der Kreativitätsdefinitionen ein Paradoxon zugrunde liegt:

„Kreativität ist folglich ein zumindest zweiwertiges Konzept: abhängig von etwas, demgegenüber sie anders sein, von dem sie abweichen soll. Das heißt zugleich, dass das ihr strukturell eigene Moment der Freiheit oder auch Spontaneität – ‚Kreativität‘ ist in ein in seiner Anschlusslogik offener Begriff – im selben Atemzug eine Bindung gewinnt: an etwas, das selbst bestimmt sein muss, damit eine Freiheit von überhaupt erst möglich ist.“ (Mahrenholz 2011: 21)

Ebendiese Zweiwertigkeit ist hinsichtlich der Hervorbringungen und ihrer Bewertungen überaus relevant; allen nachfolgenden Sequenzen ist gemein, dass in ihnen den Hervorbringungen zwar grundsätzlich der Aspekt des *Neuen* zugesprochen wird, die Neuerung allerdings den Rahmen der *Passung* sprengt.

Den Auftakt dazu bildet eine Bewertungssequenz aus dem Terry-Korpus (siehe Kapitel 3.3), in welcher Noah (N) gleich mehrere Hervorbringungen von Walter (W) und Lara (L) gesammelt bewertet (Transkript 23). Dabei lässt sich bereits in den ersten Zeilen das vorab herausgearbeitete Muster der Wertprädikationen beobachten, welche grundsätzlich eine Weiterentwicklungssequenz erwartbar machen: Initial wird eine zwar modalisierte, aber dennoch positiv zu wertende Wertprädikation („*eich cool*“, Zeile 001, Transkript 23) hinsichtlich der Ideen¹⁵⁶ formuliert, welche sie („*n_är*“, Zeile 001, gemeint sind Walter und Lara), präsentiert haben.

Transkript 23: T_171019_K1_K2_Laptop_Feedback (Zeilen 001-035)

001 N: ich find _d_ IDE _ä wo _n_ är händ fin _ich eich cool;
 002 (0.07) dä mit _m Optiker isch cool,
 003 (0.65) das: mit _m WALD,
 004 (0.71) nimmt _n efach chi zIt WEG,
 005 (0.46) aber d_ REIZüberfluetig findi cool,
 006 (1.67) aber es Isch nonig h° ;

156 Auch hier lässt sich ein weiteres Mal beobachten, dass die Hervorbringungen als Bewertungsobjekt zweigeteilt erscheinen und zwischen den Ideen und den Filmen differenziert wird, vgl. Kapitel 6.5.2.2.

007 =weisch mi _händ ja das konZEPT _hämmer ja _irenwie wie
scho verchAUft;

008 W: (0.26) m _hm _m,

009 N: (0.29) und mr chönd _ez _nöd efach komPLETT anderi
film-;

010 (0.23) aso WEISCH bim _ne;

011 =de DUKtus muss wie ähnlich si;

012 W: (0.25) je:s=aba das KRIEGT man ja:;

013 =das kriegt man ja hi[n;=o]dA,

014 N: [Ebä]

015 (0.2) ebä ich finde;

016 (0.25) die FILM,

017 (0.72) aso DAS mit _m:;

018 (0.91) LAPtop find _i mEga luschtig,

...

031 N: (0.22) du musch _s GLICH mache _wie die film wo _mer
jEtzt scho hÄnd;

032 W: (0.28) m _HM oke;

033 N: (0.28) weisch,

034 (0.18)

035 W: ja-

Diese Wertprädikation wird auf eine konkrete Hervorbringung bezogen nochmals wiederholt („*dä mit_m Optiker isch cool*“, Zeile 002)¹⁵⁷. In der Folge wird die nächste Hervorbringung (Zeile 003) negativ kontextualisiert (nimmt Zeit weg), eine weitere Hervorbringung (Reizüberflutung¹⁵⁸, Zeile 005) wiederum als cool befunden, woraufhin dann in Zeile 006f der Aspekt der *Passung* als Sollwert (Zeile 006) übergeordnet thematisiert wird. Auffällig ist dabei einerseits die über anderthalb Sekunden lange Pause, welche der Äusserung „(1.67) *aber es Isch nonig h°; =weisch mi_händ ja das konZEPT_hämmer ja_irenwie wie scho verchAUft;*“ (Zeilen 006f, Transkript 23) vorangeht und ihr in Verbindung mit der Referenz auf das Wortfeld des

157 *dä* ist im Zürichdeutschen Dialekt, der von Noah gesprochen wird, gleichzusetzen mit *der*. Daher kann davon ausgegangen werden, dass damit elliptisch eine Kategorie angesprochen wird, welche grammatikalisch betrachtet männlich ist – also weniger *die* Idee mit dem Optiker, sondern eher *der* Film / Vorschlag mit dem Optiker. Folgt man dieser Argumentation, liesse sich bereits an dieser Stelle ein Wechsel der Bewertungskategorie nachzeichnen.

158 Noah referenziert hier auf den selbstgewählten Titel, mit welchem die Hervorbringung eingeleitet wurde – siehe Kapitel 6.4.3.1.

Kaufens ein besonderes Gewicht verleiht: Wie an anderer Stelle herausgearbeitet wurde¹⁵⁹, wird die Bewertungsinstanz via Referenz auf den monetären Aspekt externalisiert und die Wertzuordnung dieser Instanz als nicht weiter diskutabel markiert.

Das Konzept, das laut Noah bereits verkauft wurde, lässt sich als Rahmen der *Passung* fassen, in welche sich die Hervorbringungen, obgleich sie als cool befunden wurden, nicht einreihen lassen („*efach komPLETT anderi flm*–“, Zeile 009). Auch wenn diese Äusserung keine klassische Wertprädikationsstruktur (Hartung 2000) aufweist, stellt nicht zuletzt das „*efach*“ eine klare Kritik am Umgang mit dem bereits verkauften Konzept dar, der im Zuge der Präsentation offenbar geworden ist. Darüber hinaus lässt sich an dieser Stelle ein Wechsel des Personalpronomens beobachten: Während die Bewertungsinstanz vorab subjektiv markiert (vgl. Zeilen 001 und 005) oder in dritter Person unpersönlich realisiert wurde (siehe Zeilen 002, 003 und 006) wird der Verkauf des Konzeptes und die damit einhergehende Gebundenheit an selbiges von einem *wir* getätigt („*mi_händ* [. . .] *hämmer*“, Zeile 007, „*mr chönd*“, Zeile 009). Dies lässt sich, analog zu vorab beschriebenen (vgl. unter anderem Kapitel 6.5.2.2), ähnlich realisierten Wechseln des Agens, als Referenz auf einen *common ground* (Clark 2012) verstehen, wodurch akzentuiert wird, dass die Hervorbringungen in einem grösseren organisationalen Kontext von allen anwesenden Interaktionsteilnehmenden zu verantworten wären. Die Diskrepanz des verkauften Konzeptes zu den komplett anderen Filmen wird im Anschluss konkretisiert; der Duktus müsse (siehe Zeile 011) ähnlich sein. Dadurch wird auch die Modalisierung der initialen Bewertung (die Ideen sind *eigentlich* cool) näher bestimmt.

Walter nimmt in der Folge die Kollektivität auf („*je:s=aba das KRIEGT man ja;:=das kriegt man ja hin;=odA*“, Zeile 012) – wobei unklar bleibt, wer mit dem *man*, der das hinbekäme, gemeint ist. An diesem Punkt der Interaktion wäre eine lokale Weiterentwicklungssequenz nicht grundsätzlich auszuschliessen; der weitere Interaktionsverlauf verdeutlicht allerdings, dass Noah zwar die Verantwortung für die Hervorbringungen als geteilte versteht, die Anpassung des Duktus allerdings klar in Walters Handlungsspektrum verortet. So stimmt er Walter zu und versichert daraufhin ein weiteres Mal, die Filme (Zeile 016) und konkret das mit dem Laptop (Zeile 018) seien

159 Weitere Nachweise finden sich unter anderem in Kapitel 6.4.3.1 auf 226 und in Kapitel 6.5.1 Seite 249.

mega lustig, wodurch er der Hervorbringung abermals indirekt¹⁶⁰ die minimale Kondition des potenziell Neuen zuschreibt. Nach einer (im Transkript 21 ausgesparten) kurzen Ausführung wird durch Noahs Intonationsphrase in Zeile 31 auf verbaler Ebene explizit, dass die Hervorbringungen zwar weiterverfolgt werden, ihre Weiterentwicklung allerdings in Walters Verantwortung liegt („*du musch_s GLICH mache_wie die film wo_mer jEtzt scho hÄnd*“, Zeile 031, Transkript 23).



N: (0.22) •du musch_s GLICH mache_wie die film wo_#mer→ jEtzt scho hÄnd;

Abb. 48: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeile 031 von 171019_K1_K2_Laptop_Feedback

Dies lässt sich auf Basis der ko-expressiven Gestik während Zeile 031 (siehe Abb. 48) stützen: Während „*du*“ deiktisch deutlich auf Walter bezogen wird, wird das kollektive „*mer*“ deiktisch nicht auf alle anwesenden Interaktionsteilnehmenden bezogen, sondern scheint selbstreferenziell zu sein (vgl. Abb. 48, rechte Darstellung).

Spätestens an dieser Stelle wird das zugrundeliegende Spannungsverhältnis zwischen *Passung* und *Neuerung*, auf welches in der theoretischen Auslegeordnung bereits mehrfach hingewiesen wurde (vgl. insbesondere Kapitel 4.5), in seiner interaktiven Verhandlung deutlich beobachtbar. Folgt man den obigen Ausführungen, dann sind die Ideen zwar eigentlich cool und lustig, die Filme dürfen allerdings nicht komplett anders sein und in ihrem

160 Es wurde bereits an anderer Stelle (vgl. Seite 222) herausgearbeitet, dass Wertprädikationen, welche einer Hervorbringung den Wert des Humorvollen zuschreiben, insofern konstitutiv sind, als sie der Hervorbringung einen potenziellen Erwartungsbruch zuweisen, was dann zur Folge hat, dass die Hervorbringungen indirekt in die Kategorie des Unerwarteten, potenziell Neuen eingeordnet werden.

Duktus nicht in der von Walter und Lara präsentierten Form vom Konzept abweichen. Dieser Logik zufolge bedarf es also einer ähnlichen Neuerung; die Hervorbringungen müssen dem, was verkauft und bereits umgesetzt wurde, zu einem höheren Grad (und hinsichtlich des Duktus) gleichen – dürfen jedoch gleichzeitig noch nicht bekannt sein (vgl. Kapitel 6.5.4).

Die obige Sequenz besitzt hinsichtlich der Wertprädikationsreihenfolge eine nicht von der Hand zu weisende strukturelle Ähnlichkeit mit denjenigen Fällen, in welchen direkt anschliessend eine Weiterentwicklung der Hervorbringung vollzogen wird. Es konnte allerdings herausgearbeitet werden, dass Noah im Zuge der Bewertungen die Kategorie der *Passung*, konkret des *Duktus*, der Filme als komplett anders (Zeile 009, Transkript 23) markierte – und in der Folge eine Weiterentwicklung zwar nicht ausschloss, sie jedoch klar in Walters Verantwortung verortete, ebenso wie die mit der Weiterentwicklung einhergehende Anpassung des Duktus. Dadurch stellte er den Aspekt der *Passung*, im Unterschied zu den Fällen in Kapitel 6.5.4.2, in einen bearbeitbaren Rahmen, der allerdings nicht in der gerade stattfindenden Austauschsequenz bestritten werden würde. In diesem Zuge wurde zudem evident, dass die Hervorbringungen von Walter (und Lara) nicht etwa deshalb lokal nicht weiterentwickelt wurden, weil es ihnen an *Neuigkeitswert* (vgl. hierzu Kapitel 4.5) mangelte; vielmehr fehlte es ihnen, überspitzt formuliert, an einem Überschuss an Neuerungen, der den durch den Konzeptverkauf gesetzten Rahmen sprengt.

Auch in der nächsten Sequenz¹⁶¹ wird das Spannungsverhältnis zwischen *Passung* und *Neuigkeitswert* im Zuge von Wertprädikationen bearbeitet; der Übersichtlichkeit halber wird anschliessend nur der Teil der Bewertung abgedruckt, in welchem die negative Wertprädikation ausgeführt wird. Vorgängig wurde die „*IDEE*“¹⁶² als gut befunden (siehe Transkript 24, Zeile 1310).

161 Die Fortsetzung der in Transkript 24 abgedruckten Interaktionssequenz wurde bereits in Kapitel 6.4.3.1 diskutiert.

162 Siehe Fussnote 156.

Transkript 24: A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 1333-1378)

1310 Fra: die IDEE is gut;
 ...
 1333 Fra: tonalität ist MEDIamarkt;
 1334 des is,
 1335 des is auch auch des,
 1336 des is,
 1337 also ich find den film zu _ zu verWIRrend.
 1338 ja?
 1339 (0.72)
 1340 Fra: UND;
 1341 das wär für VIELleicht;
 1342 für iKEA;
 1343 (0.87)
 1344 Fra: FOR;
 1345 meDIAmarkt oder so;
 1346 aber das ist NIE:: im lEBen;
 1347 kann das der ((Auslassung)) film (.) ähm (.) sein,
 1348 der IS;
 1349 (1.32) der hat den falschen huMOR finde ich;
 1350 Den: mhm;
 1351 das ist die fAlsche ART humOr;
 1352 (0.39)
 1353 Fra: das ist zu LAUT;
 ...
 1367 Fra: und ich WÜRde mal für die nächste runde;
 1368 ZWING dich mal dazu auch so als übu[ng;]
 1369 Den: [mhm,]
 1370 Fra: obWOHL du dieses cool <<acc>> ich mein ich bin mir
 sicher so wie du die präsentierst > ist super,
 1371 (0.46)
 1372 Fra: proBIER mal den film so,
 1373 dass nicht gequatscht wir[d;]
 1374 Nzu: [HEY,]
 1375 (0.65)
 1376 Den: mhm;
 1377 Fra: ich glaube das brauchen wir nicht;
 1378 (1.83)

Die Wertprädikationen, welche bis und mit Zeile 1366 vollzogen werden, bearbeiten allesamt in einer gewissen Art und Weise den Aspekt der *Passung* der bewerteten Hervorbringung. In einem ersten Schritt sind verschiedene

Wertzuordnungen zu beobachten, welche Vergleichsebenen mit anderen Marken (und deren Werbemittelkonzeptionen) eröffnen: So wird die Tonalität mit Mediamarkt¹⁶³ gleichgesetzt (Zeile 1333) und nach einer expliziten Wertzuordnung des Filmes („zu verWIRrend“, Zeile 1337) dieser als potenziell für IKEA passend eingeordnet (Zeile 1341f). Bereits an diesem Punkt wird deutlich, dass die Abweichung der Hervorbringung laut Frank deutlich vom ex-negativo deduzierbaren Sollwert der *Passung* abweicht (es soll nicht Mediamarkt oder IKEA sein). Gleichzeitig wird im Zuge dieser Wertprädikationen auf ein geteiltes Wissen (Heritage 2012a, 2012b, Imo 2013, Jakobs 2018) innerhalb des Feldes der Werbekreation (Koppetsch 2008, Krämer 2014) verwiesen und die Tonalität von Mediamarkt und IKEA als bekannt (voraus-)gesetzt. In der Folge wird nochmals akzentuiert, dass die Tonalität der Hervorbringung vom Sollwert abweicht („aber das ist NIE:: im *IEben*; kann das der ((Auslassung)) film (.) ähm (.) sein,“ Zeile 1346f, Transkript 24).

Im Anschluss an eine knapp anderthalb sekundenlange Pause wird eine Differenzierung vorgenommen, welche die bisherigen Befunde zu Humorzuschreibungen von Hervorbringungen um einen zentralen Aspekt erweitert – Frank weist dem vorab präsentierten Film („der“, Zeile 1349) zuerst subjektiv („finde ich“, Zeile 1349), in der Wiederholung unpersönlich formuliert, die falsche Art Humor zu. Dies ist dahingehend aufschlussreich, als in dieser Äusserung offenbar wird, dass, folgt man der bisherigen Ausführung zu Humorzuschreibungen (vgl. unter anderem Fussnote 160), Erwartungsbrüche nicht zwingend und grundsätzlich positiv zu werten sind – sie können auch (siehe Transkript 24, Zeilen 1349 und 1351) „falsch“ sein. Um es pointiert auszudrücken: Selbst wenn in diesem Zuge der Hervorbringung grundsätzlich der Aspekt des *Neuen* zugesprochen wird, ist der Bruch mit dem Bestehenden zu gross, als dass er akzeptiert werden könnte. In Zeile 1353 wird schliesslich der Umstand der Zweiwertigkeit, der für das Neue herausgearbeitet wurde (Mahrenholz 2011: 21), in der Parallelität der Wertprädikationen deutlich: Das ist die falsche Art von Humor, das ist zu laut.¹⁶⁴

163 Sowohl hinsichtlich der Intonation, als auch auf Basis der begleitenden Mimik lässt sich diese Gleichsetzung als negativ konnotiert beschreiben. Selbiges gilt für die Gleichsetzung mit IKEA.

164 Diese Parallelität lässt sich durchaus als elliptisch formulierte Eigenschaftskonkretisierung des Sollwerts verstehen; das ist der falsche Humor, weil es zu laut ist (Hartung 2000).

Nachdem das Gespräch kurz unterbrochen wurde, formuliert Frank in Zeile 1367 (Transkript 24), den Auftrag an Denis, dieser möge sich für die nächste Runde (Zeile 1367) zwingen (Zeile 1368), den Film so zu probieren (Zeile 1372), dass nicht „gequatscht“ werde (Zeile 1372). In diesem Zuge wird deutlich, dass die präsentierte Hervorbringung zwar nicht grundsätzlich verworfen, nichtsdestotrotz aber nicht direkt im Anschluss an diese Interaktionskonstellation weiterentwickelt wird.

Der Interaktionsausschnitt in Transkript 24 hat einerseits verdeutlicht, dass der Aspekt der *Passung* ein ausschlaggebendes Kriterium dafür darstellen kann, wann und in welcher Form die Hervorbringung weiterentwickelt wird. Des Weiteren konnte herausgearbeitet werden, dass der Aspekt des *Neuen* nicht zwingend positiv konnotiert sein muss – es gibt, so führt die Äusserung von Frank deutlich vor Augen, auch eine falsche Art des Erwartungsbruchs. Dabei ist zu beachten, dass die Kategorien *falsch* und *richtig* nicht im klassisch-formallogischen Sinne (Bauer 1991: 2 f.) zu betrachten sind, sondern relational gefasst werden; ein und derselbe Humor kann in einer Werbemittelkonzeption der falsche sein, in einer anderen hingegen der richtige.¹⁶⁵

Der letzte in diesem Kapitel diskutierte Interaktionsausschnitt folgt ebenfalls derselben Struktur der Wertprädikationsreihenfolge – im unten abgedruckten Fall (siehe Transkript 25) wird das *Neue* als Kategorie gar explizit benannt. Vor der unten abgedruckten Bewertungssequenz, welche aus dem Terry-Korpus stammt (siehe Kapitel 3.3), hat Jan einen *Film* präsentiert – im Vergleich mit anderen Präsentationssequenzen nur sehr kurz –, der nun durch seinen direkten Vorgesetzten Tim folgendermassen bewertet wird:

Transkript 25: T_171102_K3_Zug (Zeilen 0052-0062)

0049 Tim: s_isch öppis neus,
 0050 Jan: jä;
 0051 Tim: un_und scho luschtig,
 0052 ich gsEh scho au d IDEE drhinder <<acc> aber ich
 glaub ich weiss nid öbs >,
 0053 (0.58) öb öb s_isch für mi wie fascht wi_ wie nur
 e HEADline odr,

165 Dies gilt auch übergeordnet, vgl. Kapitel 7.1.

0054	(0.35)	d frog isch °h i_ isch das isch eifach dä einti satz-
0055	(0.7)	
0056		weisch treit DÄ: e drissig sekündige spot odr,
0057	(0.84)	und do bini nid sicher.
0058	(4.86)	
0059		°h lugs_ dr na namal ah oke,
0060	Jan: (0.27)	jä.
0061	Tim:	guet;
0062		WIter,

Entlang des obigen Ausschnittes lassen sich die in diesem Kapitel erarbeiteten Befunde summarisch zusammenfassen; wie die Sequenz zeigt, wird in einem ersten Schritt eine positive¹⁶⁶ Wertprädikation (Zeile 0049, Transkript 25) formuliert, welche der Hervorbringung den Aspekt des *Neuen* zuschreibt. Darüber hinaus wird weiter elaboriert, dass die Hervorbringung „*luschtig*“ (Zeile 0051) und die zugrundeliegende Idee (Zeile 0049) zwar sichtbar sei, die Hervorbringung allerdings einer anderen Kategorie („*HEADline*“ Zeile 0053) zugeordnet werden könne und dementsprechend ihre Tragweite für die Kategorie des dreissigsekündigen *Spots* (Zeile 0056) in Frage gestellt werde. Dies wird als Unsicherheit markiert (Zeile 0057), die Jan sich nochmals ansehen sollte (Zeile 0059), woraufhin die nächste Präsentationssequenz relevant gesetzt wird (Zeile 0062). Die Hervorbringung erfüllt demnach die Prämisse des *Neuigkeitswertes*, ist allerdings in ihrer *Passung* noch anzupassen – wobei diese Anpassung auf einen späteren Zeitpunkt verschoben wird.

Die Ausführungen zu den Bewertungssequenzen, welche eine spätere Weiterentwicklung der bewerteten Hervorbringung implizieren, haben gezeigt, dass den Hervorbringungen grundsätzlich der Wert des *Neuen* zugesprochen wird, ihre *Passung* allerdings als problematisch angesehen wird. Diese Diskrepanz zwischen dem (oftmals nicht näher ausgeführten) Sollwert der *Passung* wird dahingehend aufgelöst, dass deren Bearbeitung an diejenigen Personen zurückgespiegelt wird, welche die Hervorbringung kreiert haben.

166 Es gilt sicherlich nicht allumfassend, dass der Satz *X ist etwas Neues* eine positive Wertprädikation darstellt; nichtsdestotrotz lässt sich festhalten, dass diese Zuschreibung im untersuchten Feld eindeutig positiv konnotiert ist.

6.5.4. Bewertungen, die zum Ausschluss der Hervorbringung führen

Allen in den vorangegangenen Kapiteln diskutierten Bewertungssequenzen war gemeinsam, dass sie nicht dazu führten, dass die bewerteten Hervorbringungen komplett verworfen wurden, sondern stattdessen andere Weiterentwicklungssequenzen relevant gesetzt wurden, die sich entweder direkt anschlossen oder erst später folgten. Demgegenüber stehen in diesem Kapitel nun Bewertungssequenzen im Zentrum der Analyse, durch welche die Hervorbringungen tatsächlich verworfen werden.

Die Eigenschaften von Bewertungssequenzen, deren Interaktionsfortsetzung in einem Verwerfen der Hervorbringung mündet, lassen sich an die Beobachtungen anschließen, welche im Zuge der selbstevaluativen Sequenzen getätigt wurden (vgl. 6.4.3.1), und können in zwei Kategorien eingeteilt werden.

Die erste Kategorie betrifft den Aspekt des *Neuen*: Wird im Zuge der Bewertungssequenzen einer Hervorbringung der Wert des *Neuen* abgesprochen, so wird sie in der Folge grundsätzlich nicht weiterverhandelt. Gerade weil diese Sequenzen, wie gezeigt werden wird, auf eine zugrundeliegende Prämisse der Austauschsequenzen verweisen, sind sie eher selten – Hervorbringungen, welche den Wert des *Neuen* nicht erfüllen, werden normalerweise gar nicht erst zur Verhandlung gestellt. Die in Kapitel 6.5.4 diskutierten Fälle bilden daher – und darauf wird in den Sequenzen selbst immer wieder verwiesen – ein Wissensdefizit (Heritage 2012a, 2012b, Jakobs 2018) auf Seiten der Präsentierenden ab, deren Unwissen darum, dass eine Hervorbringung so oder in einer ähnlichen Form bereits umgesetzt wurde, überhaupt erst zur Präsentation der Hervorbringung geführt hatte.

Die zweite Kategorie betrifft den Aspekt der *Passung*, der bereits im vorangegangenen Kapitel (siehe Kapitel 6.5.3) eine zentrale Rolle spielte. Bislang wurde der Aspekt der *Passung*, wenn er thematisiert wurde, zwar teilweise problematisiert, allerdings grundsätzlich als bearbeitbar markiert. Im Kapitel 6.5.4.2 werden nun Fälle diskutiert, in denen Hervorbringungen aufgrund grundsätzlicher Passungsmängel im Zuge der Bewertungssequenzen „komplett »aus dem Rennen genommen«“ (Krämer 2014: 266) werden. Diese Passungsmängel überschneiden sich in ihrer Dimension (gemeint ist dabei beispielsweise die Tonalität, der Duktus etc., vgl. 6.5.3) oftmals mit den Passungsverfehlungen, die in Kapitel 6.5.3 herausgearbeitet wurden.

6.5.4.1. *Nicht neu.*

Die erste Gruppe an Bewertungssequenzen, die in diesem Kapitel diskutiert wird, ist diejenige, in deren Zuge einer Hervorbringung der Wert des *Neuen* abgesprochen wird. Wie gezeigt werden wird, führt dies dazu, dass die Hervorbringung in der Folge nicht weiterverhandelt oder weiterbearbeitet wird – woraufhin in der Regel eine nächste Präsentationssequenz (siehe Kapitel 6.5) relevant gesetzt wird. Wie in Kapitel 6.5.4 bereits ausgeführt wurde, sind diese Sequenzen allerdings eher selten im Korpus vertreten, da sie auf eine zugrundeliegende Prämisse der Hervorbringungen verweisen – zur Verhandlung gestellt werden generell nur Hervorbringungen, die *neu* sind (vgl. Seite 225f). Den mikroanalytischen Auftakt dazu bildet ein Ausschnitt aus einer geplanten, zeitlich fixierten Austauschsequenz (siehe Kapitel 6.3.1) aus dem Athene-Korpus (vgl. Kapitel 3.5). Der nachfolgend diskutierten Sequenz vorausgehend hatte Anna einen weiteren Vorschlag¹⁶⁷ für ein Poster präsentiert, das zu einem Zoobesuch anregen soll.

Transkript 26: A_171115_K6_K7_Verwandtschaft (Zeilen 1074-1122)

1074 Fra: ((unverständlich ca. 1.4s))(0.57) das !GAB! es.
 1075 (0.37) da _ das GIBT es wirklich in: sehr sehr;
 =das ist (.) KEIne schlEchte idee,
 1076 (0.13) (xxx)?=finde ICH?
 1077 Ann: mhm.
 1078 Fra: ja,
 1079 (0.43) ÄH:--=aber die GAB es schon.
 1080 genAu SO;
 1081 (0.52) ja WIE geht die-
 1082 (0.42) Ähm:;
 1083 (0.26) (be _ beim lEtz).
 1084 (0.66) [korrigI]er mich du siehst n _ JAguar;=
 1085 Edd: [ya;]
 1086 Fra: =und da steht DRÜba;
 1087 (0.32) !LÖF!we.
 1088 (0.82) na?
 1089 Bea: nah;
 1090 Fra: äh;
 1091 (0.44) ZEIT für einen zOobesuch.

167 Der nachfolgende Ausschnitt ist Teil derselben Austauschsequenz, die bereits in Kapitel 6.5.2.1 im Zentrum der Analyse stand.

1092 Edd: m_Hmhm;
 1093 (0.12)
 1094 Fra: sinngemäß_SINNGEMÄSS.
 1095 (0.65) !SCHA!de.
 1096 (0.69)
 1097 Ann: gUet,
 1098 (0.27) hett (für_das/als) PRINT vielleicht au
 funktionI[ert?]
 1099 Fra: [jA-]
 1100 STIMMT;
 1101 (0.18)
 1102 Ann: [(lacht)]
 1103 Den: [(lacht)]
 1104 Edd: [(lacht)]
 1105 Fra: [(lacht)](0.21) [stImmt schÖne IDEE;]
 1106 Edd: [(DEFinitiv)?]
 1107 (0.13)
 1108 Unb: ((lacht))
 1109 Fra: (ja LUS);
 1110 Ann: ja_AH;
 1111 Fra: das musst du immer mit dir SELBER ausMAchN;=
 1112 dann würdest nämlich nicht so lang RENN
 sag_ich_des_nur;
 1113 (0.5) wENN du sie nicht gestOHlen hast;
 1114 (0.13) [kannst_du_dja_sEhr sehr STOLZ drauf sein.
 1115 Ann: [MHM-]
 1116 (0.51)
 1117 Fra: das_is_ne_SEHR_g[ute idEe;]
 1118 Ann: [das_isch_Ä]H:EIGeti
 erfAh[rig.]
 1119 Fra: [sch_gUet.]
 1120 Ann: SCHWÖre.
 1121 (0.16)
 1122 Fra: (isch/sch) gUet.
 1123 weida,

Entlang des oben abgedruckten Verbaltranskripts lassen sich die zentralen Punkte nachzeichnen, welche zur Ablehnung der Hervorbringung führen: Direkt zu Beginn der Bewertungssequenz weist Frank darauf hin, dass es „das“ schon „!GAB!“ (Zeile 1074, Transkript 26). Der zentrale Konflikt wird in der Folge pointiert formuliert: die Idee sei zwar aus Franks Perspektive (Zeile 107) nicht schlecht (Zeile 1075), „aber die GAB es schon.“ (Zeile 1079) – und zwar „genAu SO;“ (Zeile 1080). Die nachfolgende Erklärung

der Idee, die es schon gab (Zeilen 1081–1094), verweist nicht nur auf die dergestalt markierte Wissensasymmetrie (Goodwin 2013, Heritage 2012a, 2012b) hinsichtlich der bereits erfolgten Werbekampagnen in diesem Kundenbereich, sondern darüber hinaus auch auf die grundsätzliche Erwartungshaltung gegenüber den Hervorbringungen, die in den Austauschsequenzen verhandelt werden: Franks Ausführungen zu der Werbekampagne, welche es genauso schon einmal gab, markieren, dass er davon ausgeht, dass Anna diese frühere Kampagne (noch) nicht kannte. Folgt man dieser Argumentationslogik, lässt sich im Umkehrschluss eine Prämisse über die zur Verhandlung gestellten Hervorbringungen ableiten – grob umrissen würde die Folgerung lauten, dass Anna, wenn ihr diese Kampagne bekannt gewesen wäre, ihre Hervorbringung, die genauso funktioniert (vgl. Zeile 1080), nicht zur Verhandlung gestellt hätte. Übergeordnet lässt sich demnach als Prämisse für Hervorbringungen, welche zur Verhandlung gestellt werden, bekräftigen (vgl. Kapitel 6.4), dass sie *neu* sein müssen.

Nachdem Frank im Anschluss an seine Erläuterungen sein Bedauern ausgedrückt hat (Zeile 1095), rückversichert sich Anna im Zuge ihres nächsten Turns hinsichtlich des bislang noch nicht thematisierten Aspekts der *Passung* ihrer Hervorbringung explizit („*hett (für_das/als) PRINT vielleicht au funktionIert?*“, Zeile 1098, Transkript 26). Diesem Aspekt stimmt Frank überlappend zu und wiederholt seine Zustimmung nachfolgend nochmals. An dieser Stelle tritt deutlich zu Tage, dass Annas Hervorbringung eben *nicht* aufgrund einer Diskrepanz zu einem wie auch immer gearteten Sollwert der *Passung* problematisiert wird – sondern einzig und allein deshalb nicht weiterverfolgt wird, weil sie in einer ähnlichen Form bereits umgesetzt wurde.

Der anschließende Turn Franks (Zeilen 1111–1114) verweist über die Sequenz hinaus auf eine Thematik, die nicht im Zentrum dieser Studie lag, für weiterführende Untersuchungen allerdings von zentralem Interesse sein dürfte. In den erhobenen Daten (Kapitel 3) lassen sich immer wieder Hinweise darauf finden, dass Kreativität sich nicht nur als Verhandlungsgegenstand in Form von Hervorbringungen oder interaktiver Sedimente bemerkbar macht, welche sich beispielsweise in den Raumstrukturen (vgl. Kapitel 3.4.4) oder Selbstbezeichnungen (vgl. Kapitel 3.6.3) widerspiegeln, sondern auch als sozial konstruierte Identitätseigenschaft (Bucholtz 2005, Auer 2007, Norris 2011), respektive als Marker für Mitgliedschaftskategorisierungen (Schegloff 2007a: 467). Diese Beobachtungen sind aus einer systematischen Perspektive nicht nur gesellschaftstheoretisch (Reckwitz 2016: 251, Howaldt/Jacobsen

2010) oder hinsichtlich der damit einhergehenden Wirkungsmacht auf die organisationalen Strukturen (King 1995, Sawyer 2012: 257) und deren Agilität (Krämer 2015) aufschlussreich, sondern auch hinsichtlich des Selbstverständnisses der Berufsgruppe (Florida 2002, Zurstiege 2002, Koppetsch 2006a, 2008) und ihrer Tätigkeit (Koppetsch 2006b, Lubart 2018). Entlang oben abgedruckter Sequenz (Zeilen 1111–1114, Transkript 26) lässt sich bereits eine Tendenz erahnen, die sich im Zuge von Untersuchungen, die diesen Punkt fokussieren, verdichten liesse: Einerseits scheint erwähnenswert, dass die Eigenschaften der Hervorbringung mit der Person verschränkt werden, welche sie präsentiert hatte (vgl. hierzu auch Hartung 2000, professionssoziologisch Koppetsch 2006a: 147), andererseits ist auch der Umstand, dass man auf Ideen stolz sein kann, wenn man sie nicht gestohlen (sondern selbst hervorgebracht) hat, für weitere Analysen überaus konstitutiv. Darüber hinaus unterstreicht die Passage nochmals den Befund, dass diese Austauschsequenzen voraussetzen, dass Hervorbringungen, welche zur Verhandlung gestellt werden, den Aspekt des *Neuen* erfüllen müssen.

Hinsichtlich des Erkenntnisinteresses der vorliegenden Studie lässt sich die Beobachtung festhalten, dass die Hervorbringung ohne weitere Verhandlung nicht weiterverfolgt und im Anschluss an die klare Markierung um den fehlenden *Neuigkeitswert* der Hervorbringung eine weitere Präsentationssequenz erwartbar gemacht wird (Zeile 1123).

Die nächste Bewertungssequenz, durch welche der präsentierten Hervorbringung der *Neuigkeitswert* abgesprochen wird, verweist explizit auf den Titel der Werbekampagne¹⁶⁸, die bereits durchgeführt wurde. Der Ausschnitt ist Teil einer geplanten, zeitlich fixierten Austauschsequenz (siehe Kapitel 6.3.1) aus dem Athene-Korpus (vgl. Kapitel 3.5). Direkt vor der in Transkript 27 abgedruckten Sequenz hatte Lukas einen Vorschlag für eine Social-Media-Kampagne präsentiert, der allerdings, so verdeutlicht Zeile 0809, bereits so umgesetzt wurde.

168 Dies kann als weiterer Beleg für die Relevanz der Titelseetzungen (vgl. Kapitel 6.4.3.1) betrachtet werden, die, wie der Ausschnitt (Transkript 27) belegt, sogar über Ländergrenzen hinweg als Referenz für Kampagnen verwendet wird.

Transkript 27: A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 0805-0823)

0809 Edd: that_s been done;
 0805 Fra: por TI manolo;
 0806 (0.37) heisst die kamPAGne;
 0807 und sie haben so geTAN als hätten sie;
 0808 (0.45) de[n;]
 0809 Edd: [(xxx)]but it ended up doing it really bad;
 0810 although the concept was so aweso[me a]nd they
 fucked it up;
 0811 Fra: [ja;]
 0812 also die haben gesagt por TI manolo;
 0813 der kleine manOLO;
 0814 auf diesem SWAT auf dem wir waren;
 0815 [der kleine manolo aus galIZIEN;]
 0816 Luk: [(unverständlich)]
 0817 Fra: hat einen FACEbook post geschrieben;
 0818 über den ((AUSLASSUNG PRODUKT));
 0819 und Daraus hat ((AUSLASSUNG KUNDENNAME));
 0820 den neuen ((AUSLASSUNG PRODUKT))entwickelt;
 0821 die neue ((AUSLASSUNG PRODUKT))kampagne;
 0822 weil die ganze kampagne POR für dich [(.)]
 manuel ja?
 0823 Luk: [hmhm;]
 0824 Edd: (0.14) next one,

Das Grundgerüst der Bewertungssequenz lässt sich im Kern entlang der ersten und letzten Zeile des Transkript 27 nachzeichnen: Eddie macht als unmittelbar anschließende Reaktion auf die Präsentation durch Lukas („*that_s been done*“; Zeile 0809) deutlich, dass die Hervorbringung nicht neu ist, und leitet im Anschluss an die mit Frank gemeinsam elaborierte Explikation der bereits erfolgten Werbekampagne in eine nächste Präsentationssequenz über (Zeile 0824, Transkript 27). Analog zur vorab diskutierten Sequenz (vgl. Transkript 26) fällt entlang des oben abgedruckten Ausschnittes auf, dass weniger die präsentierte Hervorbringung, sondern vielmehr die bereits erfolgte Werbekampagne im Zentrum der Bewertung steht. Bei näherer Betrachtung der in diesem Zuge erfolgten Wertprädikationen verweist die Interaktionssequenz darüber hinaus auf einen bereits etablierten Konsens zwischen Frank und Eddie hinsichtlich der Umsetzung der Werbekampagne (das Konzept „*was so awesome and they fucked it up*“; Zeile 0810). Dieser Konsens über die Bewertung des zugrundeliegenden Konzepts und der

Umsetzung wird transparent und für alle anwesenden Interaktionsteilnehmenden verfügbar gemacht, woraus sich zwei Schlüsse ableiten lassen: Einerseits verfestigt die geteilt markierte Haltung gegenüber der Werbekampagne, auch wenn die konkreten Mängel der Umsetzung weder von Frank noch Eddie explizit benannt werden, implizit eine Setzung des Sollwertes, die sich in Abgrenzung zu einer verfügbaren Werbekampagne fassen lässt. Andererseits demonstriert der Konsens darüber hinaus ein geteiltes Wissen um die Bewertung und Wertigkeit von Werbekampagnen – und verdeutlicht, dass Eddie und Frank ihre epistemische Autorität nicht nur durch ihr Wissen um die erfolgte Werbekampagne markieren, sondern auch durch deren Bewertung (Heritage 2012a: 4).

6.5.4.2. *Nicht passend; Falsch, hart, zu normal, zu Werbung.*

In der Gesamtbetrachtung des zugrundeliegenden Korpus (siehe Kapitel 3) lassen sich Bewertungen beobachten, welche der Hervorbringung zwar den Wert des *Neuen*, nicht jedoch der *Passung* zuschreiben und dazu führen, dass sie abgelehnt und in der Folge verworfen wird. Im Unterschied zu den bereits diskutierten Fällen, in denen ebenfalls der Aspekt der *Passung* bearbeitet wurde, allerdings eine spätere Weiterentwicklung erwartbar gemacht wurde (vgl. Kapitel 6.5.3), wird in den nachfolgend diskutierten Sequenzen die Diskrepanz zwischen der präsentierten Hervorbringung und dem Sollwert der *Passung* als so gross markiert, dass auch eine anpassende Weiterentwicklung nicht bewirken könnte, dass die Hervorbringung diesem Sollwert entspricht – weshalb sie in der Folge ganz verworfen wird. Im Zentrum der nachfolgenden Ausführungen stehen dabei einerseits die dadurch relevant gesetzten Ausprägungen der *Passung*, andererseits aber auch die interaktive Problematik, welche besonders mit dieser Form der Ablehnungen einhergeht.

Den Auftakt dieser Sequenzen bildet ein Auszug aus einer Austauschsequenz aus dem Athenekorpus (siehe Kapitel 3.5), in der Vorschläge für einen Film verhandelt werden. Dieser ist für eine umfangreichere Kampagne gedacht, in deren Zentrum das Jubiläum des erfolgreichsten Produktes des Auftraggebers stehen soll. Frank bewertet die Hervorbringung von Samuel, der diese zuvor präsentiert hatte, wie folgt:

Transkript 28: A_180313_K6_K7_Kampagne 2 (Zeilen 1224-1239)

1224 (0.26)
 1225 Fra: das _ ist die falsche tona[lität] samuel;
 1226 Sam: [ja.]
 1227 Fra: das ist zu GAGich;
 1228 Sam: mhm;
 1229 Fra: das ist GAR kein schlechter fil[m;]
 1230 Ger: [mhm.]
 1231 Fra: weissTE also wär das _ wär das irgendnen
 ((AUSLASSUNG PRODUKT))
 spot;
 1232 (0.36)
 1233 letztes JAHR;
 1234 vielleicht;
 1235 vielleicht;
 1236 ich find ihn selbst dann noch zu KOMpliziert und zu
 viel gerede
 und so;
 1237 aber das ist die FALsche tonalität?
 1238 und auch das falsche mass an epicness;
 1239 Sam: mhm;
 1240 Fra: nächster,

Die Bewertungssequenz beginnt mit einer negativen Wertprädikation, welche die *Passung* der Hervorbringung unter dem Aspekt ihrer falschen Tonalität problematisiert (Zeile 1125, Transkript 28). Die Falschheit der Tonalität wird direkt anschliessend konkretisiert; es sei zu „GAGich“ (Zeile 1227), obgleich der Film „GAR kein schlechter“ (Zeile 1229) sei. Die *Passung* wird daraufhin in einen grösseren Kontext gestellt: Da es sich bei der Kampagne eben nicht um „irgendnen [. . .] spot“ (Zeile 1231) handle, sondern, wie einleitend erwähnt, um eine grossangelegte Filmproduktion zum Jubiläum des Produktes, ist seine *Passung* für diese Kampagne laut Frank nicht gegeben. Hier eröffnet sich ein Fenster zu einem Aspekt, der bislang noch nicht dezidiert ins Zentrum gestellt wurde: die *Passung* beinhaltet eine zeitliche Komponente. Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass die *Passung* nicht nur formatbedingt bstimmt wird (kann die Hervorbringung ein Film sein? Oder ist es ‚nur‘ eine Headline?, vgl. Kapitel 6.5.3), sondern auch die Genealogie der bereits erfolgten Werbemittel dieses Kunden als relevante Grösse herangezogen wird. Darüber hinaus ist die *Passung*, wie das obige Beispiel verdeutlicht, auch einer temporalen Veränderung unterworfen – nicht jede

Hervorbringung, die für einen Werbekunden passt, ist zu jeder beliebigen Zeit passend.

Der weitere Interaktionsverlauf zeigt allerdings auf, dass die Hervorbringung nicht allein aufgrund der Tonalität verworfen wird. Der Umstand, dass die Hervorbringung für den Kunden „*letztes JAHR; vielleicht*“ (Zeile 1233f) Potenzial gehabt hätte, wird in der Folge unter dem Aspekt der Komplexität des Filmes (Zeile 1236), des Redeanteiles (Zeile 1236) und ein weiteres Mal hinsichtlich der Tonalität (Zeile 1237) eingeschränkt. In der letzten Wertprädikation wird nebst dem ex-negativo bestimmbaren Tonalitäts-Sollwert ein weiterer Sollwert erwähnt, welcher die oben erwähnten Wertprädikationen (wohl) zusammenfasst: die Hervorbringung habe „*das falsche mass an epicness*“ (Zeile 1238).

Nebst der deutlich markierten Diskrepanz zwischen der Hervorbringung und der *Passung* in dem Kontext der Werbekonzeption, welche den einleitend formulierten Befund stützt, dass Hervorbringungen auch aufgrund der *Passung* verworfen werden können, sowie der Ergänzung der *Passung* durch die Komponente der Zeitlichkeit sei an dieser Stelle noch ein weiterer Hinweis angebracht. Bewertungssequenzen, welche, wie oben beobachtbar, die *Passung* einer Hervorbringung dergestalt problematisieren, dass diese daraufhin verworfen wird, verweisen darauf, dass zuvor die Formulierung der Erwartungshaltung ein Defizit aufwies. Als Prämisse wird hierbei angenommen, dass die Hervorbringungspräsentierenden die ihnen zugänglichen Vorgaben hinsichtlich der *Passung* nicht mutwillig missachtet haben. Auch wenn das Korpus, auf dem die vorliegende Studie fusst (siehe Kapitel 3 sowie 3.2), nicht darauf ausgerichtet ist, den Kurationsprozess von der Auftragserteilung bis hin zur Fertigstellung des Werbemittels Schritt für Schritt abzubilden (siehe hierzu Krämer 2014, 2015), lässt sich auf Basis der Daten jedoch festhalten, dass selbst in denjenigen Sequenzen, in denen die *Passung* explizit problematisiert wird, die Sollwerte der *Passung* nur selten über das oben beobachtbare Mass hinaus elaboriert werden (vgl. Kapitel 6.5). Dadurch verweist die wertende Problematisierung der *Passung* einer Hervorbringung nicht nur auf den konkreten Vorschlag, sondern auch auf den Prozess, der zu dieser Hervorbringung geführt hat – und dadurch nicht selten auf exakt diejenigen Personen, welche die Bewertungen vollziehen. Nicht zuletzt deshalb sind Bewertungssequenzen, welche die *Passung* bearbeiten, aus einer Prozessperspektive betrachtet nicht gänzlich unproblematisch (aber auch darüber hinaus, siehe hierzu Seite 297).

Auch wenn sich aufgrund der obigen Ausführungen nicht spezifisch ableiten lässt, welche konkreten Verfehlungen und welches Mass an Diskrepanz zwischen Hervorbringung und Vorgabe dazu führen, dass eine Hervorbringung abgelehnt oder verworfen wird, lassen sich doch die Dimensionen aufgliedern, entlang welcher die (nicht erreichten) Sollwerte artikuliert werden. Um das Bild der *Passung* ergänzen, werden nachfolgend fünf Ausschnitte präsentiert, in welchen diese Dimensionen der Passungsverfehlung explizit zur Sprache gebracht werden.

Die erste Sequenz (1) ist hinsichtlich ihrer Einordnung keineswegs eindeutig – Frank lehnt hier eine Hervorbringung mit dem Verweis darauf ab, dass sie „*viel zu normal*“ sei. Dies liesse sich unter Rückgriff auf das Argument, dass das Normale normalerweise nicht gerade neu ist, ebenfalls als Beleg für den fehlenden Neuigkeitswert (vgl. Kapitel 6.5.4.1) anführen. Die Wertprädikation (ist zu normal) wird hier exakt aufgrund dieser Ambiguität aufgeführt; denn auch wenn bereits mehrfach auf die enge Verschränkung der *Passung* mit dem Aspekt des *Neuen* hingewiesen wurde (vgl. Kapitel 6.5.3), zeigt sich in Fall (1) in besonderem Masse die Unschärfe, welche mit einer solchen Kategorisierung einhergeht. „zu normal“ lässt sich als Verweis auf den Umstand verstehen, dass hier durch Übererfüllung der *Passungsvorgabe* eine *Passung* verfehlt wurde. Oder anders formuliert: Die Erwartungshaltung hätte laut Frank in diesem Kontext etwas weniger Normales dargestellt – wodurch die *Passungsvorgabe* zu einer Aufforderung wird, mit dem Normalen (Kudlien/Ritter 2017) zu brechen, was, so liesse sich argumentieren (Weiner 2000: 11, Reckwitz 2014: 9), etwas Neues darstellen würde.

Transkript 29: Collection *Passung*

(1)

0597 Fra: nee is,
 0598 ZU normal einfach;
 0599 viel zu normal;

(2)

0461 Her: is mir persönlich für die CHANce die wir haben zu
 werbung;
 0462 weisst _ du was ich meine;
 0463 (1.31)

(3)
 010 Jan: (0.75) mir mached da nöd bilder für _d
 landfrauechuchi.
 011 sondern es söll eso <<creaky> chli::: > .
 012 so chli DIRty si wEIsch?
 013 s_isch d realität.

(4)
 2186 The: das isch nix.
 2187 SORry;
 2188 aber falsches VISual,
 2189 d_FARbe sind viel zu schrill,
 2290 und passed nöd ZÄmme;

(5)
 1403 Fra: des wäre sone IDEE,=in (.) Ehr in der schUblade
 !KON!servativ?
 1404 ja nicht sUPer KREAtiv aba;
 1405 (0.35) das würde !FUN!ktionieren;=ja das macht !SINN!;
 1406 [aber es ist NICHT.]
 1407 Cos: [(xxx SICHer);]
 1408 Fra: (0.26) es is_nich_LAUT genug ist_nicht cOol
 genug.

Der zweite Fall (Transkript 29, (2)) erscheint in dem Umfeld, in welchem die Daten erhoben wurden, beinahe schon paradox, denn folgt man Hermines Ausführungen, dann erfüllt die Hervorbringung exakt das, was sie übergeordnet betrachtet auch zu erfüllen hat: Sie stellt eine Werbemaßnahme (in diesem Fall für ein Produkt) dar. In dem Kontext, der sich aus der obigen Sequenz rekonstruieren lässt, besteht für das „*wir*“ allerdings die „*CHANCE*“ (Zeile 0461, Transkript 29), etwas zu tun, das eben nicht so ‚Werbung‘ ist – weshalb die Hervorbringung als „*zu werbung*“ auch abgelehnt wird. Die Hervorbringung, so lässt sich schliessen, erfüllt also alle Aspekte, welche eine Werbung auszeichnet, und wird gerade deshalb abgelehnt. Hier werden gleich mehrere Aspekte relevant gesetzt, welche über die konkrete Sequenz hinaus auf das untersuchte Feld verweisen. Einerseits wird offenbar, dass Werbung in dieser kontextgebundenen Wertprädikation nicht positiv konnotiert ist. Dieser Umstand lässt sich auf ein (mindestens) zweiteiliges Selbstverständnis von Werbung zurückführen, welches bereits im theoretischen Überblick (Kapitel 4.5.2) angesprochen wurde: Werbung steht nicht nur in einem wirtschaftlichen, sondern auch in einem ästhetischen Kontext

(Allen/Knepel 2018), auf den mit dem Begriff „zu werbung“ (Zeile 0461, Transkript 29) mutmasslich referenziert wird (siehe auch Koppetsch 2006b). Darüber hinaus schimmert in dieser wertenden Prädikation wiederum die Zweiwertigkeit des zugrundeliegenden Konzeptes des *Neuen* (Mahrenholz 2011) durch; die Hervorbringung ist als klare Vertreterin ihrer grundlegendsten Kategoriezugehörigkeit erkennbar – und dadurch im Hinblick auf den erwarteten Erwartungsbruch nicht genügend.

Der dritte Fall (3), der in Transkript 29 aufgeführt wurde, verweist auf ein ähnliches Spannungsverhältnis wie dasjenige, das für die zweite Sequenz (2) herausgearbeitet wurde. Jan äussert den Sollwert in zwei Dimensionen mehr oder weniger explizit, im Sinne einer ex negativo-Bestimmung (Zeile 010; „*mir mached da nÖd bilder für_d landfrauechuchi*“) und als Wertzuordnung (Zeile 012: „*so chli DIRty*“). Diese werden mit der Erwähnung kontextualisiert, dies (gemeint ist *chli DIRty*) sei eben die Realität, was in der Umkehr darauf schliessen lässt, dass die Hervorbringung, anders als die Bilder für die Landfrauenküche, in ihrer Passung der (frei nach Jan) etwas dreckigen Realität entsprechen müsse. Hier offenbart sich eine Dimension, die medienlinguistisch anschlussfähig erscheint. So wurde verschiedentlich darauf hingewiesen, dass Werbung als solche Realitäten prägen kann, den öffentlichen Wahrnehmungsbereich durch Textelemente, statische und bewegte Bildelemente (siehe auch Bhatia 2016: 161) mitbestimmt, in Form von «sponsored» Posts Einzug in soziale Netzwerke (Boerman et al. 2017) hält – teils mehr und teils weniger bemerkt –, oder als Ambient Advertising (Partridge/Begole 2011) gar den öffentlichen Interaktionsraum verändert; nicht jedoch den Anspruch verfolgt, möglichst realitätsnah zu sein. Dass Werbung in diesem spezifischen Kontext, folgt man Jan, gewisse Realitäten abbilden soll, ist für die vorliegende Studie insofern relevant, als sich dadurch ein Spannungsverhältnis zwischen mehreren Realitätsebenen aufzeigen lässt: zwischen einer Landfrauenküchenrealität, die hier nicht gewünscht ist, und der dreckigen Realität, die gezeigt werden soll. Die Hervorbringung erfüllt hier also den Aspekt, ein legitimes Werbemittel darzustellen (Zeile 010) – verfehlt allerdings dahingehend die Passung, dass der falsche Realitätsausschnitt gewählt wurde.

Der vierte Aspekt der Auslegeordnung (Transkript 29, (4)) verweist auf den doppelten Kontext, in welchen die Hervorbringungen gestellt werden: Einerseits gilt es, das richtige Visual (Zeile 2188) zu finden, das sich, bezieht man die bisherigen Ausführungen mit ein, in verschiedenen temporalen, genealogischen, formatspezifischen und kontextabhängigen Vorgaben

der *Passung* an der richtigen Stelle verorten muss. Des Weiteren muss die Hervorbringung allerdings auch, so zeigt der vierte Ausschnitt, eine intrinsische *Passung* aufweisen, also ihre verschiedenen Komponenten an sich zusammenpassen (vgl. Zeile 2188).

Der fünfte und letzte Ausschnitt (Transkript 29, (5)) spiegelt die doppelte Dimension der *Passung* hinsichtlich des erwarteten Erwartungsbruchs und ihrer Funktionalität wider: die wertenden Einordnungen der Idee als *!KON!servativ* (Zeile 1403) und *nicht sUper KREativ* (Zeile 1404) werden mit dem funktionalen Aspekt der Hervorbringung gespiegelt (Zeile 1405) – und in diesem Rahmen als potenziell sinnhaft eingeordnet (Zeile 1405). Dem steht allerdings ein ex-negativo formulierter Sollwert der Bewertung gegenüber (vgl. Hartung 2000: 123), der die Diskrepanz zwischen der Idee und dem Erwarteten expliziert; die Idee sei „*nich_LAUT* und *nicht cOol genug*“ (Zeile 1408), weshalb sie anschliessend verworfen wird. Die Vagheit, welche in diesen Wertprädikationen mitschwingt (was heisst Lautstärke in Bezug auf die Hervorbringung konkret? Inwiefern lässt sich der Aspekt des Coolen steigern, sodass er genügend ausgeprägt ist?), darf insbesondere in ihrer Kopplung zum explizit gemachten Aspekt der Kreativität insofern als exemplarisch angesehen werden, als an dieser Stelle der erwartete Erwartungsbruch, der sich nur als Auf- und Anforderung, nicht aber als konkrete Anleitung formulieren lässt, deutlich zu Tage tritt.¹⁶⁹

So unterschiedlich die diskutierten Passungsdimensionen auch sind, zeigen sie doch auf, dass die Kontextabhängigkeit der durch sie relevant gesetzten Sollwerte nicht stark genug betont werden kann. Darüber hinaus lässt sich der Befund verdichten, dass die Bewertenden nur in den seltensten Fällen explizit machen, wie der Sollwert konkret ausgestaltet ist – was dazu führt, dass der Spielraum der Hervorbringungen grundsätzlich gross ist, die Ablehnungswahrscheinlichkeit allerdings ebenso gross.

169 Diesen Umstand hat Mahrenholz sehr pointiert zugespitzt: „Eine Leistung als ‚kreativ‘ zu bezeichnen bedeutet grundsätzlich, dass jemand anders operierte als erwartet; die Person hat nicht so agiert, wie es Usus, Regel oder Erfahrung nahelegten. Die in konkreten Zusammenhängen geäusserte Aufforderung ‚sei doch mal kreativ!‘ bedeutet: weiche ab, von dem, wie Du es bisher gemacht hast, mache es nicht wie andere, brich mit dem Usus, mache einen Sprung (über die Regeln dessen hinaus, was bisher Praxis, Regel, Logik war). Man sieht, dass ‚kreativ etwas markiert, was die kreative Handlung *nicht* sein soll.“ (Mahrenholz 2011: 20)

Der Umstand, dass die Bewertungshandlungen als solche – und das gilt in besonderem Masse für diejenigen, welche die Passung einer Hervorbringung als Problem für deren Weiterverfolgbarkeit thematisieren – nicht ganz unproblematisch sind, wird in der nächsten Sequenz thematisiert, die aus dem Terry-Korpus (siehe Kapitel 3.3) stammt. Die Bewertungssequenz dreht sich um Vorschläge, welche Noah vorab Ralf in schriftlicher Form hat zukommen lassen und die nun in ihrer Gesamtheit unter dem Aspekt der *Passung* problematisiert werden.

Transkript 30: T_171101_K1_Versicherung (Zeilen 0135-0175)

0135 Ral: (0.55) ähm:: DASS -
 0136 (0.5) klingt immer so HART wenni das_sag;=
 0137 =weisch ich weiss dasch ja nid EIFach;=
 0138 =ich wills ä nid sage mr mien eifach luege das
 dasch mr HÄN-
 0139 Noa: ich vrTRÄg das_scho säg;
 0140 Ral: mr HÄN-
 0141 (0.71) ((AUSLASSUNG KUNDE)) isch nünzig prozänt PAY (.) odr,
 0142 (0.33) und (.) bi FILM,
 0143 das isch dr SPASSteil vo dere ganze kampAnie;
 0144 (0.67) das ischs HÄRZstück vo dere kampAnie;
 0145 do?do goht am MEISchte gäld ine,=
 0146 =UND;
 0147 <<acc> also etzt eifach produktION >,=
 0148 =und do könne mr öpis krEativs COOLS mache odr;
 ...
 0164 jo ich ha wie s GFÜHL das isch denn eifach=
 0165 =wennnd vorstellsch ((schaut zu Noah)) du en DREIHtag,
 0166 (0.78) und e grossi CREW,
 0167 und (.) ((schaut zu Noah)) hehehe-
 0168 (0.68)
 0169 Noa: m_hm
 0170 Ral: we_weisch wien ich MEIN odr,
 0171 das isch es DENN odr,
 0172 (0.54)
 0173 Ral: me müess me muess SCHO (-),
 0174 SEHR sicher sii dass es wirklich luschtig isch odr;
 0175 (1.08)

Die oben abgedruckte Sequenz ist die einzige im gesamten Korpus, in welcher die Bewertung als solche durch die bewertende Instanz selbst thematisiert wird. Dadurch kommt ihr zwar keine exemplarische Stellung zu, jedoch aufgrund ihrer Singularität eine über die Sequenz hinaus verweisende Position. Ralf spricht in seinen Intonationsphrasen, welche die Bewertungssequenz einleiten, die potenzielle Wirkung seiner Bewertung (Zeile 0136, Transkript 30) an und äussert darüber hinaus Verständnis für die Komplexität der Aufgabe. Dadurch verweist er unter anderem auf seine Überzeugung, dass die nachfolgende Bewertung nicht nur auf die Hervorbringungen als solche, sondern von Noah auch auf sich selbst bezogen werden könn(t)e. Nachdem Noah das gesichtsbedrohende Potenzial (Brown/Levinson 2011) der anstehenden Wertprädikationen explizit als verkräftbar markiert hat („*ich vrTRÄg das_scho säg;*“ Zeile 0139), expliziert Ralf über acht Intonationsphrasen hinweg den Kontext, in welchen die Hervorbringungen einzuordnen seien. Zuerst arbeitet er das Gewicht der Hervorbringungen auf verschiedenen Ebenen heraus, indem er äussert, die Filme (Zeile 0142) seien der „*SPASSteil*“ (Zeile 0143) und das „*HÄRZstück vo dere kampAnie*“ (Zeile 0144), weshalb ihnen auch monetär besonderes Gewicht verliehen werde („*do?do goht MEIschte gäld ine;*“ Zeile 0145) und man da nun „*öpis krEatius COOLS mache*“ könne (Zeile 0148). Folgt man Ralfs Ausführungen, stehen die Hervorbringungen also nicht nur hinsichtlich ihrer besonderen Stellung im Arbeitsalltag (Spassteil, man kann etwas Kreatives, Cooles machen) im Fokus, sondern sind auch darüber hinausgehend auch der auftraggebenden Instanz wichtig (Herzstück, da geht am meisten Geld rein). Nach einigen Details zu den monetären Verhältnissen des Auftrages, die im Transkript 30 ausgelassen wurden, wechselt Ralf auf eine direkte, persönliche Ebene, auf welcher er Noah auffordert, sich in die Situation des Filmdrehs hineinzuzusetzen (Zeile 0165), und die Anzahl der darin involvierten Personen akzentuiert (Zeile 0166). Ralf, welcher noch immer keine Bewertung formuliert hat, fragt, ob Noah wisse, wie er das meine (Zeile 0170), und schlussfolgert in den letzten beiden oben abgedruckten Intonationsphrasen, dass man dann schon „*SEHR sicher*“ sein müsse, „*dass es wirklich luschtig*“ sei. Die Verhandlung der Hervorbringungen zieht sich noch über knapp eine halbe Stunde hin – schlussendlich werden die Hervorbringungen im Zuge einer späteren Besprechung verworfen und Noah angewiesen, etwas Anderes zu entwickeln. Die einleitende Rahmung der Bewertung wird in diesem Kapitel verhandelt, weil sie – auch wenn sie in ihrer Explizitheit einen Sonderfall darstellt – auf den Umstand verweist, dass gerade hinsichtlich der Problematisierung der Passung einer Hervorbringung sowohl die bewertende Instanz als auch diejenige, welche

die Hervorbringung zur Diskussion stellte, sich in prekären Umständen befinden. Ralfs Modalisierungen, rahmende Vorbemerkungen sowie das Herausarbeiten der unterschiedlichen Aspekte, welche seine Bewertungen legitimieren, verweisen allesamt auf den potenziell gesichtsbedrohenden Akt einer auf die Passung ausgerichteten Wertprädikation.

Auf Basis obiger Ausführungen ist die Arbeitsheuristik, welche in der in Kapitel 5 formulierten Variante (siehe Kapitel 5.6) den interaktionsanalytisch anschlussfähigen kleinsten gemeinsamen Nenner der interdisziplinären Recherche widerspiegelte und in Kapitel 6.4.3.2 auf Basis der Beobachtungen der Präsentationssequenzen adaptiert wurde, nochmals kritisch auf Irritationen der Analyseresultate (vgl. Schmidt 2012) hin zu befragen. Betrachtet man die oben ausgeführten Befunde in ihrer Gesamtheit, dann wird deutlich, dass die angepasste Kreativitätsdefinition zwar den Aspekt der Passung miteinbindet, ihn allerdings als einer der Prämisse des *Neuen* untergeordneten Stellung erfasst. Im Sinne des in Kapitel 2.2 formulierten praxissoziologischen Anspruches, die Arbeitsheuristik durch die Analyseresultate stetig zu erweitern, wird an dieser Stelle folgende Rekalibrierung der Kreativitätsdefinition vorgenommen:

Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendigen Bedingungen der *Neuheit* **sowie der kontextgebundenen Passung** einer Hervorbringung verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich hergestellt wird.

6.5.5. Weiterentwicklung

„Very little creativity research has focused on this process of revision, the dialog that occurs with the work itself after a first draft has been generated. This is a promising area for future research.“

(Sawyer 2012: 141)

Weiterentwicklungssequenzen zeichnen sich dadurch aus, dass in ihrem Zuge Hervorbringungen wiederaufgenommen werden, die bereits in der Interaktion präsentiert wurden – und nun in abgeänderter Form den anderen Interaktionsteilnehmenden zur Verfügung gestellt werden. Sequenziell betrachtet erfüllen Weiterentwicklungssequenzen sowohl rückwärtsverweisende als auch vorwärtsverweisende Funktionen:

1. Illustration der Bewertung:

Weiterentwicklungssequenzen haben oftmals evaluativen Charakter und fokussieren auf Aspekte der ursprünglichen Hervorbringung, welche vorab negativ bewertet wurden. Dadurch werden im Zuge der Veranschaulichung möglicher Alternativen zugleich auch implizite Sollwerte der Wertprädikationen konkretisiert. Im Zuge der Rahmung dieser Alternativen lassen sich oftmals einordnende Selbstevaluationen der Weiterentwicklungsinstanzen beobachten, welche die Weiterentwicklung per se abwertend einleiten (Pomerantz 1984: 68).

2. Konsensetablierung:

Durch die Weiterentwicklungssequenzen wird die initiale Hervorbringung meist partiell nochmals wiederholt. In diesem Zuge werden gewisse Aspekte der ursprünglichen Hervorbringung übernommen, andere verändert oder ganz ausgespart. Die Fokussierung auf gewisse Aspekte der ursprünglichen Hervorbringung, die mit der partiellen Reproduktion einhergeht, markiert dabei einen zentralen Faktor in der Konsensbildung.

In der Gesamtschau des Korpus lassen sich des Weiteren zwei strukturelle Befunde nachzeichnen, deren erster die Position der Weiterentwicklungssequenz im Interaktionsverlauf betrifft, der zweiter die Weiterentwicklungsinstanz:

1. Position der Weiterentwicklungssequenz im Interaktionsverlauf:

Weiterentwicklungssequenzen folgen auf Bewertungssequenzen (siehe Kapitel 6.1). Letztere stellen eine notwendige Bedingung¹⁷⁰ für Weiterentwicklungssequenzen dar – eine Weiterentwicklungssequenz ohne vorausgehende evaluative Sequenz ist im gesamten Korpus nicht zu finden, weshalb sie in der vorliegenden Studie unter dem Überkapitel der Bewertungssequenzen verhandelt wird. Des Weiteren ist in der Gesamtschau des Korpus festzuhalten, dass Weiterentwicklungssequenzen primär auf negative Wertzuordnungen folgen, welche die Aspekte der *Passung* der Hervorbringung fokussieren.

170 Notwendig, aber nicht hinreichend; Es ist darauf hinzuweisen, dass Weiterentwicklungssequenzen nicht konsekutiv auf jede Bewertungssequenz im Korpus folgen, sondern unter bestimmten Bedingungen auftreten, welche sich auf die Qualität der Bewertungssequenzen (siehe Kapitel 6.5) zurückführen lassen.

Diese Beobachtung hat jedoch eine zentrale Einschränkung: Wird der Neuheitswert der Hervorbringung negativ bewertet (respektive grundsätzlich in Frage gestellt, vgl. Kapitel 6.5.4), lassen sich im Folgenden keine Weiterentwicklungssequenzen beobachten. Sofern zuvor eine Bewertungssequenz erfolgte, können Weiterentwicklungssequenzen allerdings auch auf andere Weiterentwicklungssequenzen folgen und dabei dieselbe Hervorbringung mehrfach weiterentwickeln. In diesem Falle wird hier und nachfolgend von sekundären respektive tertiären Weiterentwicklungssequenzen gesprochen.

2. Weiterentwicklungsinstantz:

Primäre Weiterentwicklungssequenzen (also solche, die nicht eine Weiterentwicklung, sondern eine Präsentation als Grundlage haben) werden ausschliesslich durch Personen realisiert, welche die Hervorbringung nicht selbst initial zur Verhandlung gestellt haben oder an ihrer Präsentation beteiligt waren. Dies gilt in aller Regel auch für sekundäre und tertiäre Weiterentwicklungssequenzen.

Die obigen Befunde werden in der Folge mikroanalytisch transparent gemacht. Entlang der primären (Kapitel 6.5.5.1) und sekundären (Kapitel 6.5.5.2) Weiterentwicklungssequenz der Schlüsselsequenz werden sowohl die beiden Funktionen (siehe oben) der Weiterentwicklungssequenzen herausgearbeitet als auch Belege für die Positionierung und die Weiterentwicklungsinstantz angeführt.

6.5.5.1. Schlüsselsequenz

Die nachfolgend dargestellte Weiterentwicklungssequenz der Schlüsselsequenz schliesst direkt an die Bewertung durch Frank an, welche in Kapitel 6.5.1 diskutiert wurde. In diesem Sinne gilt die Sequenz als exemplarischer Beleg dafür, dass vorausgehende Bewertungssequenzen eine notwendige Bedingung für Weiterentwicklungssequenzen darstellen (siehe Kapitel 6.5.5). Im Zuge der vorangegangenen Bewertung hatte Frank bereits die Weiterentwicklung durch mehrfache Absicherung des Rederechts vorbereitet, woraufhin sich die Interaktion folgendermassen entfaltet:

Transkript 31: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0546-0584)

0546 (0.39) ICH hab jetzt gedacht,=
 0547 =den find ich auch nicht viel BESSer;=
 0548 Ger: [hm;]
 0549 Fra: [=ein]fach;
 0550 Ger: [ja,]
 0551 Fra: [wie immer]BOUNcing.
 0552 Ger: [(.) eh] ja,
 0553 Fra: [ja,]
 0554 (0.31)
 0555 Fra: äh ich hab etzt GEdacht,
 0556 (0.42) ähm;;
 0557 (0.88)
 0558 Fra: also wir vier sitzen am am TISCH ja,=
 0559 =und das DARF dann auch ruhig so ein bisschen
 lUstich sein;
 0560 ja und hier BILlag und bla ja,=
 0561 =aber von den ge[bÜhren]werden ja auch kulturelle
 [STIFtungen bezahlt;]
 0562 Ger: [mHM,]
 0563 [(.) JA (.) genau;]
 0564 [mHM,]
 0565 Fra: [ja,]
 0566 (0.24) und dann sagt EDdie so;
 0567 (0.13) <<veränderte Stimmlage> ja und DISney >;
 0568 Den: ((lacht 1.5 Sek))
 0569 Fra: (0.39) und ALLe nur so-
 hh°<<p>† (w)u_ch> (0.53) gucken so [EDdie an;]
 0570 Ger: [haha]
 0571 Fra: (0.19) und zeigen so in die ECke;
 0572 (0.25) aber aber nicht mama kind sondern KUMpels;
 0573 (0.16) EDdie steht auf,=
 0574 =geht so in richtung restauRANTecke,
 0575 (0.13) und da STEhen schon drei;
 0576 Ger: (((lacht 1.5 Sek.)))
 0577 Den: (((lacht 1.5 Sek.)))
 0578 Fra: [höhöhö <<lachend> WEISST de >],
 0579 WISST ihr was ich meine;
 0580 Den: [(.) ja,]
 0581 Fra: [(.) da]nn hab ich VERstan[den,]
 0582 Den: [ja-]
 0583 Fra: (0.3) ja,

0584 (0.3) ähm;;
 0585 (0.29)
 0586 Den: muss es dann noch ein bisschen DEUTlicher[sein;]
 0587 Fra: [ge]
 0588 Den: schon PEINlich wenn mans nicht weiss oder,
 0589 Fra: genau,
 0590 (.) öh:- (0.57) öh (.) GENau;
 0591 (0.78)

Bevor die konkrete Weiterentwicklung fokussiert wird, lohnt es sich, zunächst ihre Rahmung genauer zu betrachten. Entlang der Einleitung seiner Weiterentwicklungssequenz (Zeilen 0546–0557, Transkript 31) lassen sich bereits mehrere Befunde ableiten, welche in Weiterentwicklungssequenzen im untersuchten Korpus wiederkehrend zu beobachten sind. Die erste Beobachtung bezieht sich auf die Kontextualisierung der nachfolgenden Weiterentwicklung. Wie entlang Zeile 0547 festgehalten werden kann, nimmt Frank eine mögliche Evaluation von dem, was er „gedacht“ hat (Zeile 0546), vorweg und bezeichnet „den“ als „auch nicht viel BESSer;“. Dadurch implementiert er eine wertende Hierarchie¹⁷¹, in welche er seinen Vorschlag nun auf einer ‚nicht viel besseren‘ Ebene einordnet als das, was er vorab als „HAMmer“, den Film als solchen aber als unverständlich bewertet hatte (siehe Kapitel 6.5.1, Transkript 18). Dadurch folgt Frank einer Struktur, welche im Korpus wiederkehrend anzutreffen ist: Üblicherweise geht den Weiterentwicklungssequenzen eine Selbstevaluation¹⁷² voraus, die oftmals mit einem *downgrading* (ebd.) der nachfolgenden Hervorbringung verbunden ist. Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass im vorliegenden Fall mit der wertenden Hierarchisierung der Hervorbringungen keine Explikation davon einhergeht, auf welche Aspekte sich diese Wertzuordnung stützt respektive auf welcher Grundlage bzw. auf Basis welcher Sollwerte sie erfolgt. Auch das ist in der Gesamtschau des Korpus nicht unüblich – die Explikation der Bewertung und ihrer Sollwerte erfolgt oftmals nicht explizit verbal.

Des Weiteren lässt sich festhalten, dass Frank seine nachfolgende Hervorbringung als Teil einer bekannten Praxis markiert und diese mit „*einfach*

171 Dass diese auch in Vorbereitungen zu den Austauschsequenzen bereits relevant gesetzt wird, zeigt Kapitel 6.3.1.3.

172 Diese ist durchaus analog zu den Selbstevaluationen zu betrachten, welche bereits im Zuge der Präsentationssequenzen als konstitutives Element herausgearbeitet wurden (siehe 6.4.3).

[...] *wie immer BOUNcing*.“ (Zeile 0551) einleitet. Dass dieses „*bouncing*“ nicht „*immer*“ stattfindet, sondern gewisse Bedingungen erfüllt sein müssen, um in eine solche makrostrukturelle Interaktionseinheit einzutreten, wurde bereits im vorangegangenen Kapitel 6.5.1 herausgearbeitet. Nichtsdestotrotz markiert Franks Äusserung an dieser Stelle, dass die Praxis des „*bouncing*“ auf einen konkreten Wissensrahmen verweist, der unter anderem beinhaltet, wie ein solches „*bouncing*“ abläuft – und der den anderen Interaktionsteilnehmenden als bekannt und normal erscheint (es handelt sich um etwas, das „*wie immer*“ abläuft). Dadurch kontextualisiert Frank seine nachfolgende Weiterentwicklung der Hervorbringung einerseits als etablierte Praxis, und gleichzeitig rahmt er die damit einhergehende Kritik an Gerhards Ansatz als nicht spezifisch auf ihn oder seine Präsentation bezogen, sondern als übliches Verfahren dieser Austauschsequenzen.



Ger: [ja,]
 Fra: [wie immer]•BOUNcing.
 Ger: [(.) eh] ja,
 Fra: [ja,]

(0.31)
 Fra: äh ich hab etzt GEdacht,
 (0.42) ähm:;
 (0.88)

Fra: also #wir vier→•sitzen am am

• TISCH ja,=

Abb. 49: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0550–0558 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Zieht man die visuelle Ebene der Interaktionssequenz (siehe Abb. 49) hinzu, lässt sich über die obigen Befunde hinaus darauf hinweisen, dass Frank im Zuge der oben erwähnten Überleitung zu seiner Weiterentwicklungssequenz einen Positionierungswechsel vollzieht. Während er das „*bouncing*“ noch ko-expressiv gestisch aus einer zurückgelehnten Position mit überschlagenem linken Bein untermalt, löst er im Zuge der nachfolgenden Intonationsphrasen seine Oberkörperposition zugunsten einer aufrechteren,

näher am Tisch befindlichen Haltung auf und legt den Stift, den er vorab in der linken Hand gehalten hat, simultan zum Reformulierungsindikator „also“ (Gülich/Kotschi 1987: 220) auf dem Tisch ab.¹⁷³ Die in der obigen Abb. 49 in der Mitte und im rechten Standbild illustrierte Intonationsphrase „also wir vier sitzen am am TISCH ja,“ (Zeile 0558, Transkript 31) erscheint etwas arbiträr, wenn man sie als reine Beschreibung der in diesem Moment vorhandenen Interaktionssituation versteht. Sie lässt sich allerdings deutlich kongruenter nachvollziehen, wenn man sich die durch Gerhard zuvor etablierten mentalen Ressourcen und deren Überlagerung mit dem realen Raum (vgl. Kapitel 6.4.1 sowie 6.4.2) in Erinnerung ruft. Analog zu Gerhard (siehe Abb. 31 auf Seite 182, Abb. 32 auf Seite 185 sowie Abb. 34 auf Seite 200) vollzieht auch Frank ko-expressiv zu „wir vier“ eine deiktische Geste mit seiner linken Hand, deren Verweisraum auf die anwesenden Personen bezogen werden kann. Die Gestenphrase weist eine markante Ähnlichkeit mit denjenigen, welche Gerhard der obigen Sequenz vorausgehend bereits dreimal realisiert hatte, um die Überlagerung der anderen Interaktionsteilnehmenden mit den Figuren seiner Hervorbringung zu markieren. Diese Ähnlichkeit eröffnet eine Lesart, die über die Arbitrarität einer reinen Deskription der Interaktionskonstellation hinausgeht und in der Frank mit „wir vier“, die „am TISCH“ sitzen, nicht auf die ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden referenziert, sondern auf die durch sie dargestellten Figuren (Goffman 1981: 147) eines Szenarios (Brünner/Gülich 2002: 36, Ehmer 2013: 5). Dabei signalisiert er die Überlagerung der räumlich-interaktiven Ressourcen mit den zu imaginierenden durch konkrete deiktische Verweise – wie Gerhard dies bereits zuvor getan hatte – und verortet in diesem Zuge nicht nur die „vier“ im mental-gegründeten Raum, sondern auch den Tisch, den er mit seiner linken Hand berührt, während er ihn erwähnt.¹⁷⁴

Hier lässt sich denn auch konkret nachzeichnen, worauf in den vorherigen Kapiteln (vgl. grundsätzlich 6.4 und im konkreten 6.4.2) mit der lokalen Anschlussfähigkeit der Etablierung mentaler Ressourcen verwiesen

173 Ein derartiges Aufrichten und sich in Position bringen wurde bereits im Zuge der Präsentationssequenzen verschiedentlich beobachtet und kann, daran anschliessend, auch hier als Relevanzmarkierung betrachtet werden (vgl. 6.4 und insbesondere 6.4.1).

174 In Abb. 49 ist darüber hinaus ersichtlich, dass Frank simultan zur Relevantsetzung des Tisches mit seiner rechten Hand Eddies Knie berührt, was als Aufmerksamkeitsauf-forderung sowie Relevanzmarkierung des Nachfolgenden betrachtet werden kann.

wurde – Franks Äusserung stellt in Kombination mit der Gestenphrase einen Bezug zu Gerhards Phrasen her und knüpft in dieser dergestalt hergestellten lokalen Kohärenz nicht nur an das von ihm dargestellte Szenario an, sondern auch an die in diesem Zuge relevant gesetzten mentalen Ressourcen und die räumliche Überlagerung. Die Mühelosigkeit, mit der zentrale Strukturen des Szenarios übernommen werden und die sich nicht zuletzt in der Interaktionsfortsetzung offenbart, welche ohne weitere Explikationen oder Kontextualisierungen auskommt, ist ein deutlicher Beleg dafür, dass die von Gerhard vorab etablierten mental-imaginierten Ressourcen eine lokal hohe Anschlussfähigkeit¹⁷⁵ aufweisen. Ungeachtet aller Parallelen, welche sich in der deiktischen Verortung der Figuren des Szenarios und der damit einhergehenden Überlagerung räumlicher mit mental-imaginierten Strukturen zwischen Gerhards und Franks Szenarioeinleitungen auf tun, sei doch darauf hingewiesen, dass Frank diese Überlagerung verbal konkret benennt. Anders als Gerhard in seinen Ausführungen, in denen von einer „*angeregte diskussion*“ (Zeile 041 Transkript 9, Seite 194; Wiederholung in Zeile 0484, Transkript 10, Seite 196) einer verbal nicht näher konkretisierten „*GRUPPe*“ (Zeile 041 Transkript 9, Seite 194) „*(irgend) wo in einem restaurANT*“ (Zeile 041 Transkript 9, Seite 194) die Rede war, spricht Frank von „*wir vier*“. Dadurch markiert er die Überlagerung der räumlich-interaktiven Ressourcen explizit verbal – und damit zugleich, dass die anwesenden Personen nicht nur Platzhalter und Projektionsfläche für die Figuren des Szenarios darstellen, sondern in diesem Zuge auch konkret als Personen relevant gesetzt werden.

Nach dieser kurzen Explikation des Szenarios ist der weitere Interaktionsverlauf geprägt von diversen Perspektivenübernahmen durch Frank. In einem ersten Zug führt er die Stimmung des dargestellten Szenarios aus, wobei er die Relevanzsetzung der anwesenden Interaktionsteilnehmenden nochmals gestisch unterstreicht (siehe Abb. 50, links oben), darüber hinaus in diesem Zuge allerdings auch eine (im Hinblick der selbstevaluativen Verfahren Kapitel 6.4.3.1 als zentral herausgearbeitete) Zuschreibung des Humors („*=und das DARF dann auch ruhig so ein bisschen **Ustich** sein;*“, Zeile 0559, Transkript 31) vollzieht und dem Nachfolgenden indirekt die minimale Kondition des potenziell Neuen zuordnet. Zudem macht er durch die verwendete so-Darstellung (Stukenbrock 2015: 427–432) eine körperliche Demonstration

175 Diese Anschlussfähigkeit ist nicht mit einer alltäglichen Form polyphoner Äusserungen (Bakhtin 1981: 337f.) gleichzusetzen, sondern umfasst – wie in Kapitel 6.4.1 und 6.4.2 herausgearbeitet wurde – einen weitaus grösseren Referenzkontext.

erwartbar – und setzt dergestalt auch eine sich auf das „lustig“ beziehende Reaktion der anderen Interaktionsteilnehmenden relevant.

Entlang der ersten Bilderstrecke in Abb. 50 lässt sich beobachten, dass Frank den inszenierten Wortwechsel analog zu Gerhard (siehe Abb. 32, Seite 185) entlang der ko-präsenten Interaktionsteilnehmer deiktisch verortet und ihnen dergestalt die von ihm artikulierten Worte in den Mund legt. Nach einer Zeigegeste auf Denis folgt die Intonationsphrase „ja und hier BILLag und bla ja,=“, Gerhard wird der Satz „=aber von den gebÜhren werden ja auch kulturelle STIFTungen bezahlt;“ deiktisch zugeordnet. Diese animierte Rede geht mit schnellen Origoverschiebungen einher, die abgesehen von den kurzen Deiktika nicht eingeleitet werden und allesamt auf dem bereits durch Gerhard etablierten Schema der „angeregte[n] diskussion über die WELTpolitik;“ (Zeile 0042, Transkript 9, Seite 194) beruhen.



Fra: =und das DARF dann auch
 •ruhig so ein bisschen lUstich sein;
 ja und hier •BILLag und bla ja,=

=•aber von den ge[bühren]
 [mHM,]

Ger:
 Fra: werden ja auch kulturelle[STIFTungen bezahlt;]
 Ger: [(.) JA (.) genau;]
 Fra: [mHM,]
 Fra: [ja,]



Fra: (0.24) und dann sagt •Eddie so;
 (0.13) <<veränderte Stimmlage>

•ja und DISney >>

Abb. 50: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0559–0567 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Der Umstand, dass die Überlagerung der am Tisch sitzenden Personen mit denjenigen des Szenarios, in welchem die Figuren an einem Restaurantisch sitzen, mehrfach interaktiv hergestellt wurde, ermöglicht Frank diesen nahtlosen Wechsel von einer animierten Rede zur nächsten. Dieser im Zuge der animierten Rede erfolgten Wiederaufnahme des von Gerhard etablierten Szenarios der angeregten Diskussion folgt nun eine Relevanzmarkierung besonderer Art: Frank nennt Eddie konkret beim Namen und stellt im Anschluss dar, was dieser sage. Die animierte Rede („ja und DISney >“, Zeile 0567, Transkript 31) geht mit einem deutlichen *change of footing* (Goffman 1979, 1981: 128) einher, bei dem Frank sowohl seine Tonlage und Intonation verändert als auch seine Körperhaltung (siehe Abb. 50). Diese animierten Redewechsel werden jeweils von Gerhard verbal wie auch körperlich ratifiziert (es liesse sich mit Goffman 1981: 134 gar von einem *byplay* sprechen) und die abschliessende Darstellung der durch Eddie symbolisierten Figur mit einem Lachen kommentiert.



Den: ((lacht 1.5 Sek))
 Fra: (0.39) und •ALLE nur so- hh°<<p>† •(w)u_ch>
 (0.53) gucken so [EDdie an;]
 Ger: [haha]
 Fra: (0.19) und

•zeigen so in die ECke;



Fra: (0.25) aber aber nicht•mama kind sondern •KUMPels;

(0.16) E•Ddie steht auf,=



Fra: =geht so •in richtung restauRANTecke,

(0.13) und •da STEhen schon drei;

Abb. 51: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0568–0575 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Die Interaktionsfortsetzung beinhaltet mehrere Aspekte, welche die durch Gerhard etablierte mentale Überlagerung des realen Raumes sowie die Relevantsetzung der technischen Ebene der Werbespotproduktion als gegebene Basis nutzt, um das Szenario darzustellen.

Entlang der ersten oben abgedruckten Bilderstrecke (siehe Abb. 51) lassen sich sowohl die Inszenierung des technischen Aspekts der Kameraführung (siehe 6.4.1 und 6.4.2) als auch die Synchronisation des realen Raumes mit mentalen Ressourcen konkret nachzeichnen. Frank markiert seinen Körper im Zuge einer Betrachtungsaufforderung „und ALle nur so–“ durch das *so* als semiotischen Doppelraum (Stukenbrock 2015: 432), der in der Folge sowohl das Objekt als auch das Subjekt der anschliessenden Zeigehandlung darstellt. Die eigentliche Zeigehandlung ist eine schnelle Kopfdrehung in Richtung Eddie, die ko-expressiv von einer Verbalisierung (Keevallik 2014) begleitet wird. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass die Demonstration dessen, was „ALle“ tun, eine externe Perspektive auf das Geschehen relevant setzt, die nicht mehr einem subjektiven Blick eines Partizipanten entspricht, sondern davon losgelöst den Blick auf „ALle“ überhaupt erst ermöglicht. Die verbale Untermalung „*hh°<<p>↑ (w)u_ch>*“ legt daher den Akzent nicht nur auf die Geschwindigkeit der Handlung des Kopfdrehens, sondern impliziert in diesem Zuge auch einen externen, sich schnell bewegendenden Blickwinkel, der diese Kopfdrehungen wahrnimmt. Darüber hinaus wird onomatopoesisch deutlich, dass dieser Blickwinkel kein menschlicher ist, sondern ein technisch-artifizieller, einer Produktionslogik¹⁷⁶ entspringender. Dergestalt knüpft er an zuvor relevant gesetzte Aspekte der Filmtechnik an (vgl. unter anderem „und das ganze ist ein bisschen so geFILMT,“ Zeile 0063, Transkript 9, Seite 194). Im Unterschied zu Gerhards Verfügbarmachung der Kameraperspektive (exemplarisch Abb. 33, Seite 190) ist Franks Darstellung allerdings vollständig in die Narration eingebettet, kommt ohne explizite Erwähnung der technischen Ebene aus und basiert vollumfänglich auf dem darstellenden Zeigen am eigenen Körper, ohne dabei auf symbolisierende Gesten zurückzugreifen.

Entlang der anschliessenden deiktischen Geste Franks lässt sich die erfolgte Synchronisation des mentalen Raumes mit den in der Interaktion präsenten räumlichen Strukturen und Ressourcen deutlich nachzeichnen. Frank zeigt im Zuge einer weiteren *so*-Darstellung (Stukenbrock 2015: 427–432) mit dem ausgestreckten Zeigefinger seiner rechten Hand in die (aus der Kameraperspektive betrachtet) linke Ecke des Büros. Dass mit dieser

176 Damit ist gemeint, dass Frank im Zuge der Verbalisierung nicht wie zuvor markiert, was die anderen Figuren im Szenario verbal äussern, sondern die Produktionsebene des Blickwinkels und der Geschwindigkeit eines damit einhergehenden Fokus lautmalersich verfügbar macht.

so-Darstellung weniger die Art und Weise des Zeigens (so soll gezeigt werden, also mit ausgestrecktem, rechten Arm mit ausgestrecktem Zeigefinger), sondern analog zum Kopfdrehen die Wahrnehmbarkeit des Zeigens per se in den Fokus gerückt wird, ist analog zu den obigen Ausführungen nachvollziehbar. Beachtenswert ist darüber hinaus allerdings, dass die Zeigegeste ein Zeigen entlang realer Raumstrukturen im mentalen Raum darstellt. Zuvor wurde hinsichtlich der Situationsbeschreibung („*also wir vier sitzen am am TISCH ja,*“ Zeile 0558, Transkript 31) herausgearbeitet, dass es sich dabei um eine sich entlang realer Raumstrukturen orientierende Darstellung des Szenarios handelte, die auf bereits etablierte mentale Ressourcen abgestützt ist. Selbiges konnte auch hinsichtlich der Kopfdrehung und der deiktischen Geste auf Eddie (Abb. 51) beobachtet werden. Ebenso kann auch hier festgehalten werden, dass Frank zwar auf eine Ecke des Büros zeigt und diese darüber hinaus explizit verbal benennt, damit allerdings nicht auf die physisch vorhandene Ecke, sondern auf eine sich im Szenario befindliche referenziert.

Diese Lesart bestätigt sich im Zuge der weiteren Interaktionsfortsetzung. Frank kontextualisiert (siehe Abb. 51, mittlere Bilderstrecke) die durch die so-Darstellung vorab körperlich inszenierte Art und Weise des Zeigens verbal und gestisch kommentierend, indem er das Verhältnis zwischen den Zeigenden und dem Gezeigten („[. . .] *nicht mama kind sondern KUMpels;*“ Zeile 0572, Transkript 31) relational mit seinen Händen symbolisiert. Auf Basis der folgenden Illustrationen lässt sich das Argument des Zeigens am Phantasma (Stukenbrock 2012a, 2015: 440–492) unter Referenz auf ko-präsente Strukturen deutlich bestätigen; Frank zeigt auf Eddie und steht, ko-expressiv zur Äusserung „*EDdie steht auf;*“ selbst auf, bewegt sich, diese Aktivität mit den Worten „*=geht so in richtung restauRANTecke,*“ begleitend in Richtung der rechten hinteren Büroecke und zeigt, das Lokaldeiktikon konkretisierend („*und da STEHen schon drei;*“), in die selbige. Nicht alleine der Umstand, dass Frank von der Restaurantecke spricht und diese körperlich eindeutig im physisch präsenten Raum verortet, auf drei Personen verweist, die da stünden, sondern auch der durch die Äusserung „*EDdie steht auf;*“ vollzogene Origowechsel von einem Zeigenden zu einem Eddies fiktive Figur darstellend Handelnden verdeutlicht, dass es sich hier zwar um Deiktika am Phantasma handelt und das Zeigeziel daher imaginativer Natur ist, der Suchraum allerdings innerhalb der realen Raumstrukturen und auf die ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden zu beziehen ist.

Die entlang dem obigen Ausschnitt zu beobachtende Vereinigung des mentalen Raumes mit den physisch vorhandenen Strukturen sowie

die Überlagerung der fiktiven Figuren des Szenarios mit den ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden stellen dabei eine direkte Folge der Etablierung ebendieser Ressourcen durch die vorangegangenen Präsentationssequenzen (siehe Kapitel 6.4.1 und 6.4.2) dar. Dies unterstreicht nicht nur den Befund, dass die interaktive Herausforderung, eine noch nicht physisch vorhandene Hervorbringung wahrnehm- und verfügbar zu machen, unter Rückgriff auf körperliche, räumliche und mental-imaginative Ressourcen bearbeitet wird, sondern insbesondere auch, dass in diesem Prozess eine Wiederaufnahme ebender Ressourcen beobachtet werden kann, die sich im Zuge dieses Verfahrens lokal weiter verfestigen. Dadurch sedimentiert sich ein gemeinsamer Nenner der Darstellung, entlang dessen sich eine Konsensbildung über die relevanten Aspekte der Hervorbringung nachzeichnen lässt (vgl. Kapitel 6.5.5.2 sowie 6.6.1).

Den Abschluss seiner Weiterentwicklung der vorab bewerteten (Kapitel 6.5.1) Hervorbringung (Kapitel 6.4.2) rahmt Frank nach einem ratifizierenden Lachen von Gerhard und Denis (Zeile 0576f, Transkript 31) und einem Lächeln Eddies mit dem Verweis auf einen dadurch etablierten geteilten Wissensrahmen (Zeile 0579, Transkript 31) um ein Verständnis (Zeile 0581, Transkript 31), das allerdings nicht weiter ausgeführt wird. Diese fehlende Explikation des illustrierenden Aspekts der Weiterentwicklungssequenz ist keineswegs für die oben diskutierte Sequenz spezifisch, sondern in der Gesamtschau des Korpus regelmässig zu beobachten. Dieser Ausschnitt verweist auf die doppelte Funktion der Weiterentwicklungssequenzen (Kapitel 6.5.5):

1. Frank elaboriert durch die Weiterentwicklung denjenigen Aspekt, den er zuvor kritisch bewertet hatte (vgl. 6.5.1), entlang einer Darstellung einer möglichen Variante, wie dieser bearbeitet werden könnte. Dadurch wird implizit ein Sollwert relevant gesetzt (wenn man so vorgehe, „dann hab ich VERstanden“), der allerdings nicht weiter erklärt, sondern vielmehr in eine kollaborative Bearbeitung überführt wird (Deppermann/Schmitt 2008).
2. Im Zuge der Weiterentwicklung wurde die initiale Hervorbringung partiell wiederholt; Frank hat zentrale Aspekte (wie den Tisch, die Gruppe, die angeregte Diskussion über politische Themen, den Umstand des In-der-Ecke-Stehens) der initialen Präsentation (siehe Kapitel 6.4.1 und 6.4.2) wiederaufgenommen. Diese Reproduktion sowie erneute Relevantsetzung dieser Aspekte, der damit verbundenen

verkörperlichten Ressourcen (Arnold 2012, Streeck et al. 2013) und dergestalt interaktiv verfügbar gemachten Aspekte (via Depiction, siehe Birkner/Ehmer 2013, Keevallik 2014, Clark 2016, Enactment Sidnell 2006, Berger/Pekarek Doehler 2015 und Überlagerung physischen Raumes mit mentalen Ressourcen Ehmer 2011, Stukenbrock 2012a) der Hervorbringung markiert eine Akzeptanz¹⁷⁷ ebendieser Elemente – und einen damit einhergehenden Konsens¹⁷⁸ um die Bewertung ebendieser Teile der Hervorbringung. Durch die Veränderung anderer Teile (im vorliegenden Fall der Handlungsdarstellung) wird darüber hinaus versucht, in einer neuen Variante derjenigen Elemente, die zuvor als kritisch befunden wurden, einen Konsens zu etablieren.

6.5.5.2. Schlüsselsequenz, sekundäre Weiterentwicklung

Die im vorangegangenen Kapitel 6.5.5.1 diskutierte Sequenz bildet die Basis für eine sekundäre Weiterentwicklung durch Eddie. Das Verbaltranskript der Sequenz veranschaulicht deutlich, dass im Zuge der Präsentations- und Weiterentwicklungssequenzen ein lokaler *common ground* (Clark 2012) gebildet und erweitert wurde, der sich ohne das Wissen um die zuvor verhandelten Hervorbringungen, die damit einhergehenden mentalen Ressourcen und die räumlichen Überlagerungen nur schwerlich rekonstruieren lässt:

Transkript 32: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0591-0609)

0591 Edd: well i:i am im going even (.) even STUpider than
that;
0592 (0.18) well your seeing (it) like a TABLE;
0593 (0.3)
0594 Ger: mHM,
0595 (0.27)
0596 Edd: and there _s a fucking MEIme sitting at the table;
0597 (0.41)
0598 Ger: a MEIM,
0599 Den: a meim,

177 Vgl. hierzu auch Schumann 2017.

178 Im Sinne einer dergestalt markierten Intersubjektivität (Schegloff 1991, 1992), wodurch eine konkrete Interpretation der Hervorbringung als Teil des *common ground* (Clark 2012) hervorgeht.

0600 Ger: [ah DIEse;]
 0601 Edd: [ja a MEme,]
 0602 Ger: [ah PANTomime,]
 0603 Edd: [(.) JA aha,]
 0604 (0.27)
 0605 Ger: mHM,
 0606 (0.26)
 0607 Edd: and it _like(.) REde mit,
 0608 (0.25) yeah its LIKE- [its (all),]
 0609 Ger: [(-) ah::,]

Auch in der vorab diskutierten Weiterentwicklung durch Frank findet sich zu Beginn von Eddies Weiterentwicklungssequenz eine Selbstevaluation, welche die nachfolgende Hervorbringung *downgraded* (Pomerantz 1984: 68) – und sie in Relation zu Franks Weiterentwicklung 6.5.5.1 als „*even STUPider*“ (Zeile 059, Transkript 32) bezeichnet. Die Wertzuordnung markiert daher retrospektiv das Vorgegangene als *stupid* und prospektiv das Nachfolgende als dies noch übertreffend. Dadurch wird einerseits eine Relevanzmarkierung für das Kommende hergestellt, andererseits aber die vorherige Weiterentwicklung noch nicht als finaler Endpunkt dieses Austausches um Gerhards Hervorbringung markiert.

Entlang der sequenziellen Darstellung der Sequenz (Abb. 52) lässt sich in einem ersten Schritt komparativ zu den bislang diskutierten Ausschnitten dieses Austausches eine Verdichtung beobachten: Während Franks Weiterentwicklung im Vergleich zu Gerhards initialer Präsentation (Kapitel 6.4.1 und 6.4.2.1) bereits deutlich kürzer ausfiel, umfasst Eddies Szenario gerade einmal vier Intonationsphrasen (konkret die Zeilen 0591, 0592, 0607 und 0608 im Transkript 32). Diese Verknappung ist einerseits auf die bereits elaborierten Ressourcen und den damit verbundenen lokalen *common ground* (Clark 2012) zurückzuführen, lässt sich allerdings andererseits in der Gesamtschau des Korpus auch als Indikator für eine Konsensetablierung beobachten. Auf Weiterentwicklungssequenzen, welche extensiverer, elaborierterer Natur sind (und beispielsweise durch die Implementierung neuer Handlungsstränge des Szenarios räumliche Ressourcen restrukturieren oder Sollwerte explizieren), folgt relativ selten eine konsensmarkierende Sequenz; denn kurze sekundäre Weiterentwicklungssequenzen, welche sich bereits etablierter Ressourcen bedienen. Darüber hinaus verdeutlichen die Standbilder in Abb. 52, dass im Zuge des bisher analytisch aufgearbeiteten Interaktionsverlaufs eine Synchronisation der körperlichen Ausdrucksformen (Pfänder

et al. 2017, Schumann 2017) stattgefunden hat, welche in einer (in Bezug auf den gesamten Korpus) koordinativ einzigartigen Gleichzeitigkeit gipfelt.

Eddie vollzieht den Übergang der Rahmung seiner Weiterentwicklung einerseits mittels deutlicher Veränderung seiner Sitzhaltung (die sich in Gerhards Positionierungen einreihen lässt, vgl. Abb. 35); die zurückgelehnte Haltung wird zugunsten eines Aufrichten des Oberkörpers und einer axialen Ausrichtung desselbigen zum Tisch hin aufgelöst. Darüber hinaus legt er die vorab vor dem Oberkörper positionierten Hände auf den Tisch. Im Zuge ebendieses *change of footing* (Goffman 1981: 128) setzt Eddie verbal („(0.18) *well your seeing (it) like a Table;*“ Zeile 0592, Transkript 32) sowohl die Perspektive des Sehens relevant (mit welcher im Interaktionsverlauf bislang systematisch die Kameraperspektive einherging, vgl. exemplarisch Abb. 31, wodurch auch diese antizipatorisch relevant gesetzt wird), als auch den Tisch, an welchem er sich positioniert hat.



Edd: well i:• i am im going even (.) even STUpider than that;
(0.18) well your seeing (it) like a TAbLe;
(0.3)

Ger: mHM,
(0.27)

Edd: and there_s a fucking
(0.41)

• MEIme sitting at the table;



Ger: a • MEIM,

Den: a meim,

Ger:

Edd:

[ah •DI
[ja a •ME

•Es
•me,

•e;]
•]



Ger: [ah PANTomime,]

Edd: [(.) JA aha,]

(0.27)

Ger: m•HM,

(0.26)

Edd: and it_like (.)

•REde mit,

Abb. 52: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0591–0609 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Dass auch Eddie, wie zuvor Frank (siehe Kapitel 6.5.5.1) und Gerhard (Kapitel 6.4.1 und 6.4.2.1), mit dem *Table* nicht auf den physisch präsenten Tisch referenziert, sondern auf eine damit überlagerte mentale Struktur,

wird spätestens in der darauffolgenden Intonationsphrase deutlich, in welcher er den Tisch adverbial entlang einer entfernten Struktur verortet („*and there_s a fucking ME* *Ime sitting at the table*“; Zeile 0596, Transkript 32).

Im selben Zuge wird von ihm verbal ein Pantomime (englisch; mime) eingeführt, der ko-expressiv von einer starren Haltung, regungslosen Unterarmen und unbewegtem Blick körperlich in Szene gesetzt wird. Diese Darstellung des regungslosen Pantomimen am Tisch wird, wie die darauffolgenden Turns von Gerhard und Denis zeigen, nicht verstanden – nachdem Eddie die oben illustrierte Haltung für knapp eine halbe Sekunde aufrechterhalten hat (Abb. 52, oben rechts), erfragen beide schnell aufeinanderfolgend den Begriff durch Wiederholung (siehe Zeile 0598f, Transkript 32). Die darauf folgende Sequenz (Abb. 52, mittlere Bildstrecke) ist nicht nur aufgrund des, mikroanalytisch auf die Zehntelsekunde zeitgleich bestimmbar, Einsetzens Gerhards und Eddies, in welchem Zuge ersterer den Begriff verstanden hat, letzterer diesen körperlich symbolisierend zu erklären versucht, hervorhebenswert. Entscheidender für die vorliegende Studie ist die Gleichzeitigkeit und Parallelität der körperlichen Markierungen: So lässt sich vom Beginn der Gestenphrase, dem Heben der Hände, über das gleichzeitige pantomimische Abtasten jeweils vor ihnen verorteter imaginativer Wände, bis hin zur Retraktion der Hände ein konsequent gespiegeltes Bewegungsmuster von Gerhard und Eddie nachzeichnen, durch welches sie sich über die gesamte Überlappung (Zeile 0600f, Transkript 32) hinweg synchron bewegen. Ungeachtet dessen, dass diese Synchronität ein hohes Mass an gegenseitiger Aufmerksamkeit, gemeinsamer Fokussierung und „a solid communicative relationship“ (Kim 2015: 28) widerspiegelt, zeugt sie auch von einem gemeinsamen Interaktionsraum (Mondada 2007a, Mondada/Schmitt 2010b: 27, Hausendorf et al. 2012a, Mondada 2013c: 250) und einer überaus fein abgestimmten Koordination (Schmitt 2007) entlang ebenjener mentalen Ressourcen und räumlich-imaginativen Strukturen, welche bis zu diesem Zeitpunkt etabliert wurden.

Nach dieser Sequenz der Synchronität löst Gerhard seine gespiegelte, aufrecht sitzende Haltung wieder auf, entfernt sich mit seinem Oberkörper vom Tisch, lehnt sich leicht auf die linke Seite gedreht in seinen Stuhl zurück und verschränkt die Hände vor dem Bauch. Dergestalt Eddies weiterer Ausführung des Szenarios wieder Raum gebend wird nachfolgend die oben erwähnte antizipatorische Relevantsetzung der Kameraperspektive im Zuge Eddies nachfolgenden Turns bedient („*and it_like (.) RE* *de mit*“; Zeile 0608, Transkript 32). Nach der Retraktion seiner Hände in die Ruheposition auf

dem Tisch hat Eddie seine aufrecht-sitzende Haltung weiterhin beibehalten und vollzieht nun mit seiner anatomisch betrachteten linken Hand eine ko-expressive Geste zu „REde mit“ (Abb. 52, unten rechts). Dabei hebt er seine linke Hand vor seinen Torso, führt Daumen und Zeigefinger zusammen und bewegt sie (weiterhin anatomisch betrachtet) von rechts nach links. Diese Gesteneinheit (Kendon 2004: 108) verortet den Claim „REde mit“ vor Eddies Körper, und zwar in einer aus der Aussenperspektive überaus nachvollziehbaren Art und Weise – in Leserichtung. Dadurch, dass Eddie die Gestenphrase (anatomisch betrachtet) von rechts nach links produziert, verkörpert er insofern die durch die Kameraperspektive implementierte Origoverschiebung der Wahrnehmung, als diese Bewegung, von der gegenüberliegenden Seite des Tisches (und aus Perspektive der anderen Interaktionsteilnehmenden, respektive der Zuschauenden) betrachtet, einer von links nach rechts entspricht.

Wie nachgezeichnet wurde, findet im Zuge der durch Eddie erfolgten sekundären Weiterentwicklung eine Verdichtung des Szenarios statt. Es konnte beobachtet werden, dass Eddie die bereits implementierten räumlichen, körperlichen und mentalen Ressourcen der vorherigen Szenarien ohne zusätzliche Markierung oder verbale Elaboration derselben nutzt, um seine Variante der ursprünglichen Hervorbringung zur Verfügung zu stellen. Der eingangs erwähnte lokale *common ground* (Clark 2012) spiegelt sich dabei nicht nur in der Wiederaufnahme etablierter mentaler Ressourcen wider, sondern dezidiert auch in dem, was Eddie nicht zeigt und sagt: Es wird deutlich, dass Eddies Vorschlag des Pantomimen eine „*angeregte Diskussion*“ (Zeile 0042, Transkript 9, Seite 194) voraussetzt, damit der Claim des Mitreden-könnens sinnhaft implementiert werden kann.

6.5.5.3. *Kaffeekränzchen, primäre Weiterentwicklung*

Die Weiterentwicklungssequenz, welche nachfolgend im Zentrum steht, bildet die unmittelbare Fortsetzung der Interaktionssequenzen, welche vorab im Zuge der Präsentationssequenz (Kapitel 6.4.2.2) und der anschließenden Bewertungssequenz (Kapitel 6.5.2.2) bereits diskutiert wurden. Die Sequenz stammt aus dem Subkorpus „Athene“ (vgl. Kapitel 3.5) und spielt sich im Büro der Creative Directors (Kapitel 3.6.3) ab. Der Ausschnitt ist Teil einer zeitlich terminierten Austauschsequenz (vgl. Kapitel 6.3.1) und thematisiert die Werbemittelentwicklung für eine Fastfood-Kette, welche eine Kaffeeaktion bewerben möchte. An der Interaktion sind nebst den beiden Creative Directors Eddie und Frank die Mitarbeitenden Jonas und Mia beteiligt.

Nachdem Frank zuvor die Hervorbringung von Jonas (Kapitel 6.4.2.2) mit der Zustimmung von Eddie als zwar schöne, aber zu komplizierte Idee bewertet und Jonas verschiedene Einwände gegen diese Wertprädikation formuliert hatte, leitete Frank, eine partielle Wiederinszenierung Jonas' unterbrechend, eine Weiterentwicklungssequenz ein (Zeile 0679–0682, Transkript 21). Nachfolgend wird einerseits gezeigt, dass im Zuge dieser Weiterentwicklungssequenz der vorab nicht explizit formulierte Sollwert der Wertprädikationen im Zuge eines Szenarios verfügbar gemacht wird, und andererseits, dass dergestalt ein partieller Konsens über diejenigen Elemente der Hervorbringung etabliert wird, welche anschliessend weiterverfolgt werden.

Zu Beginn der nachfolgend von Frank verfügbar gemachten „*variAnte*“ (Zeile 0682, Transkript 21) leitet er diese, sich von seinem Stuhl erhebend,¹⁷⁹ folgendermassen ein:

Transkript 33: A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0695-0703)

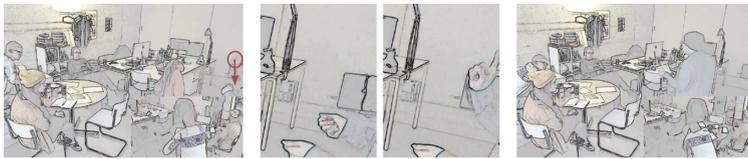
0695 Fra: Oda,
 0696 (0.51) IS es Is es;
 0697 (0.17) Äh:- (0.36) also brAuch ich überhaupt diese
 !KHA!nne;
 0698 (0.66) ja?
 0699 (0.64) weil mit der KANne wirds wIrklich son
 bisschen so schÜttn und Äh,
 0700 (0.43) Oder ist es,
 0701 (0.45) Ähm;;
 0702 (1.12) um das zu umGEHEn;
 0703 (0.2) ja?

Nebst der Beobachtung, dass auch hier eine modalisierende Rahmung der nachfolgenden Hervorbringung vollzogen wird (Zeilen 0696, sowie 0700), was den in Kapitel 6.5.5.1 formulierten Befund stützt, lässt sich festhalten, dass im Zuge der Einleitung nun explizit gemacht wird, worauf im Zuge der Bewertungssequenz mittels der Relativpronomen (Transkript 20 auf Seite 263; „*the*“, Zeile 0623 sowie in den Zeilen 0635 und 0636 „*das*“) Bezug genommen wurde – Frank expliziert, dass die Kanne (Zeilen 0697 und 0699, Transkript 33) gegebenenfalls weggelassen werden könnte. Folgt

179 Dies liesse sich als Reaktion auf Jonas' Bearbeitung des Mobilitätspotenzials der Sitzgelegenheit fassen, vgl. Abb. 46 auf Seite 265.

man Franks Ausführungen, so dient das nachfolgende Szenario (Brünner/Gülich 2002: 36, Ehmer 2013: 5) dazu, das mit der Kanne verbundene „schÜtt“¹⁸⁰ (Zeile 0699) zu umgehen (Zeile 0702). Wie die erste Bildersequenz in Abb. 53 illustriert, setzt er in der Folge seinen eigenen Körper im Zuge einer selbstreferenziellen Geste ko-expressiv zur Phrase „das ERste bild“ (Zeile 0704, Transkript 34) relevant und markiert dergestalt die nachfolgende Überlagerung seines eigenen Körpers mit der Figur der „Omi“ (Zeile 0705, Transkript 34). Bereits an dieser Stelle lässt sich beobachten, dass er Aspekte übernimmt, die in Jonas' Präsentationssequenz als relevant markiert wurden – dazu gehören unter anderem das Alter und das Geschlecht der verkörperten Hauptfigur des Szenarios (vgl. Kapitel 6.4.2.2). Im selben Zuge markiert er allerdings auch explizit die Abweichungen seiner „vari-Ante“ (Zeile 0682, Transkript 21) von der ursprünglichen Hervorbringung. In Abb. 53 (erste Bilderstrecke, Mitte) sind zwei zentrale Elemente abgebildet, welche er gestisch in Szene setzt: einerseits das Tablett, andererseits die „!CUP!s“, die gegenüber dem edlen Kaffeeservice, welches Jonas etabliert hatte (vgl. Seite 210) einen Bruch darstellen. Dennoch wird deutlich, dass Frank nicht nur intonatorisch (vgl. diesbezüglich Günthner 1999: 704, aber auch Goffman 1979, 1981: 128), sondern auch lexikalisch sowie körperlich an die zuvor etablierten mentalen Ressourcen und der damit verbundenen Überlagerung (Stukenbrock 2012a) des realen Raum anknüpft: So verortet er blicklich die „!Adie:s“ (Abb. 53, erste Bilderstrecke, rechts) entlang der ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden und markiert seine sprachliche Äusserung lexikalisch sowie intonatorisch als Redewiedergabe der verkörperten Figur (Günthner 1999, 2000, 2006, 2007, Brünner 1991, Holt 1996). Selbiges lässt sich auch in der Fortsetzung der Interaktion beobachten; auch Frank serviert den (in Anknüpfung an die von Jonas etablierten mentalen Ressourcen) Gäst_innen am Tisch Kaffee.

180 Vergleiche hierzu ebenfalls die Illustration ebendieser Handlung in Abb. 39 auf Seite 215.



Fra: (0.67) das #• ERste bIld→ is;
 (0.56) die Omi kÖmmt mit einem • tableT,
 (0.12) mit •!CUP!s;
 (0.35) ja?
 (0.31) <<f> !HE:Y! • lAdie:s > jA?



(0.41) •!ÄH!-(0.28) und serVIERT sO un dann so;
 <<mit verstellter Stimme> • mh: dein KÄfee is wirklich >;
 (0.22) <<mit verstellter Stimme> der !BES!te ja > ?
 (0.45) <<mit verstellter Stimme> also RiTA wirklich >;
 (0.18) HAMma • ja,
 (0.07) ((schlürft •))
 (0.16) ja?



Fra: (0.4) un DANN is es eigentlich nUr;
 (0.22) • kÄnn ich noch n bisschen MEHR habEn?
 (0.22) un sie gEht so in die • KÜCHE;
 (0.14) OCH:-kÄnn ich noch n TÄSSchen hÄben rita;=
 =un sie gEht so in die KÜCHE;
 (0.46) Ähm;; (0.99) un da sEhn • wir die lEeren CUPS;=



=un dann (halt) SIE sO;
 (0.31) <<f> ich • mÜss noch schnEll ´BOH`nen mÄhlen > ;=
 =WEISST_e was ich mEine;=
 =also irgendwas was die ZEIT rechtfErtigt.
 (0.12) zUm BEIspiel.
 (0.15)
 Unb: (*h /mh:);
 Fra: aber ich gLÄube du musst den anders • AUFBauen den film;=
 =zum BEIspiel später anfangn;
 (0.53)

Abb. 53: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0704–0732 von A_171116_K6_Free_Coffee¹⁸¹

181 Spätestens entlang dieser Darstellung offenbart sich das forschungspraktische Problem statischer Kameras – und der damit verbundenen Erwartungshaltung (siehe

Die konkrete Verbalisierung „!ÄH!–(0.28) und serVIERT sO un_dann so;“ (Zeile 0710, Transkript 34) kommt ohne weitere Explikationen oder Kontextualisierungen aus und darf als Beleg dafür betrachtet werden, dass die Wiederaufnahme der von Jonas vorab etablierten mental-imaginierten Ressourcen die damit einhergehende räumliche Überlagerung¹⁸² relevant setzt – und diese somit eine lokal hohe Anschlussfähigkeit aufweist (vgl. Kapitel 6.4.2.2). Selbiges gilt für die anschließende Verfügbarmachung der Reaktionen der anderen Gäste des Kaffeekränzchens (vgl. Abb. 37, Seite 212; hier Abb. 53, zweite Bilderstrecke, rechts); der überganglose Wechsel zwischen den verschiedenen Figuren verdeutlicht die Anschlussfähigkeit der etablierten mentalen Ressourcen, während sich die Wiederaufnahme und erneute Relevantsetzung der Reaktionen als Konsensetablierung über die Beibehaltung dieser Komponente der ursprünglichen Hervorbringung verstehen lässt.¹⁸³ In der Folge markiert Frank eine weitere Perspektivenübernahme mittels koexpressiver („kAnn ich noch n bisschen MEHR habEn?“; Zeile 0717, Transkript 34) deiktischer Geste auf Eddie (Abb. 53, zweite Bilderstrecke, links) und bewegt sich anschliessend rückwärts auf den unbesetzten Stuhl am Tisch zu (Abb. 53, zweite Bilderstrecke, mittlere Darstellung), um von dort aus verbal anzukündigen, dass „[. . .] sie [. . .] so in die `KÜCHE;“ (Zeile 0718, Transkript 34) gehe. Die Richtung, in welcher er blicklich und anschliessend auch lokomotorisch (Abb. 53, zweite Bilderstrecke, rechts) die mit der physisch präsenten Raumstruktur des Büros überlagerte Küche verortet, ist dabei dieselbe, in welcher Jonas diese zuvor verortet hatte (vgl. Abb. 37, Seite 212). Darüber hinaus lässt sich beobachten, dass auch die Becher, die nicht weiter expliziert werden (und dahingehend an die mentalen Ressourcen von Jonas anschliessend als diejenigen konkretisiert werden können, die von dem Jungen auf dem Fahrrad geliefert wurden, vgl. Abb.

Kapitel 3.2). Es wurde versucht, die Ausschnitte so zu wählen, dass sie die zentralen Elemente dennoch zu illustrieren vermögen, auch wenn sich Frank zu Beginn ausserhalb des Kamerawinkels bewegt.

182 In dem Sinne, dass der physisch existierende Tisch, an dem sich die Interaktionsteilnehmenden befinden, den Tisch im Wohnzimmer einer alten Lady darstellt, an dem ein Kaffeekränzchen stattfindet, dessen Teilnehmer_innen durch die ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden verkörpert werden.

183 Diese wird gar ausgebaut: Man beachte, dass die Gastgeberin nun mit einem Eigennamen angesprochen wird (Zeile 0713, Transkript 34) und das Lob des Kaffees räumlich und zeitlich mehr Gewicht erhält.

37, Seite 212), ebenfalls entlang des Tisches verortet werden – der, wie aufgezeigt wurde, von Jonas zur Illustration der Becherübergabe ebenfalls relevant gesetzt wurde. Anschliessend untermalt Frank die räumliche Trennung der beiden mental-imaginierten Raumstrukturen sowohl (para-)verbal („(0.31) <<f> ich mUss noch schnEll 'BOH'nen mAhlen >:“, Zeile 0724, Transkript 34) als auch gestisch (Abb. 53, untere Bilderstrecke, links). Die nahtlosen Wechsel zwischen der Relevantsetzung der semiotischen Doppelrollen der kopräsenten Interaktionsteilnehmenden als Zuschauer_innen und Figuren des Szenarios, sowie der Wechsel zwischen den damit verbundenen Perspektiven (beispielsweise im Zuge der Äusserung „da sEhn wir“, Zeile 0723, Transkript 34) sind nur exemplarische Beispiele für die Fülle an Belegen für eine konsequente Abstützung auf den mentalen Ressourcen, welche Jonas zuvor etabliert hatte.¹⁸⁴ Darüber hinaus zeigt sich im Zuge der erneuten Relevantsetzung gewisser Elemente von Jonas' ursprünglicher Hervorbringung in dieser Weiterentwicklungssequenz, wie die bereits mehrfach erwähnte Konsensetablierung über eine Hervorbringung sich auf mikrostruktureller Ebene in Weiterentwicklungssequenzen äussert: Im Verlauf des oben diskutierten Verfahrens der Wiederaufnahme, Reinszenierung, partiellen Abänderung oder des gänzlichen Weglassens gewisser Elemente verfestigt sich in diesen Sequenzen ein gemeinsames Verständnis der Interaktionsteilnehmenden über die Vor- und Nachteile derselbigen. Dadurch wird der Konsens über die Aspekte der Hervorbringungen von den Präsentationssequenzen über die Bewertungssequenzen bis hin zu den Weiterentwicklungssequenzen sukzessive hergestellt, verfestigt und transparent gemacht – und erscheint somit nicht als unvermittelt geäusserte Einigung, sondern als Teil des kreativen Prozesses an sich.

In diesem Kontext lassen sich auch Franks abschliessende Äusserungen verstehen, im Zuge derer er sich Jonas' Verständnisses rückversichert (Zeile 0725, Transkript 34) und danach zwei Aspekte erwähnt, welche den Sollwert seiner vorangehenden Bewertungen retrospektiv im Hinblick auf seine Variante (Zeile 0682, Transkript 21) der Hervorbringung konkretisieren: Einerseits fängt seine Weiterentwicklung der Hervorbringung „später“ an (Zeile 0731, Transkript 34), andererseits wird durch den Verweis auf das

184 Das Argument der Relevanz und Anschlussfähigkeit der mentalen Ressourcen wurde bereits in den vorangegangenen Kapiteln ausführlich diskutiert und soll hier über die erwähnten Belege für die angeführten Befunde nicht weiter vertieft werden.

Bohnenmahlen (Zeile 0724) die Zeit gerechtfertigt, die – so lässt sich im Rückgriff auf Jonas Präsentationssequenz schliessen – zwischen der Kaffeeknappheit und der Lieferung des neuen Kaffees liegt. Dieser andere Aufbau des Films (Zeile 0730) wird als konkreter Vorschlag markiert, an dem sich Jonas orientieren ‚müsse‘.

Transkript 34: A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0695-0732)

0695 Fra: Oda,
 0696 (0.51) IS es Is es;
 0697 (0.17) Äh:- (0.36) also brAuch ich überhaupt diese
 !KHA!nne;
 0698 (0.66) ja?
 0699 (0.64) weil mit der KANne wirds wIrklich son
 bisschen so schÜttN und Äh,
 0700 (0.43) Oder ist es,
 0701 (0.45) Ähm:;
 0702 (1.12) um das zu umGEHEn;
 0703 (0.2) ja?
 0704 (0.67) das ERSte bIld is;
 0705 (0.56) die Omi kOMmt mit einem tableT,
 0706 (0.12) mit !CUP!s;
 0707 (0.35) ja?
 0708 (0.58) Aus der ´KÜCHE;
 0709 (0.31) <<f> !HE:Y! lAdie:s > jA?
 0710 (0.41) !ÄH!-(0.28) und serVIERT sO un_ dann so;
 0711 <<mit verstellter Stimme> mh: dein KAFfee is wIrklich >;
 0712 (0.22) <<mit verstellter Stimme> der !BES!te ja >?
 0713 (0.45) <<mit verstellter Stimme> also RiTa wIrklich >;
 0714 (0.18) HAMma ja,
 0715 (0.07) ((schlürft))(0.16) ja?
 0716 (0.4) un DANN is es eigentlich nUr;
 0717 (0.22) kANn ich noch n bisschen MEHR habEn?
 0718 (0.22) un sie gEht so in die `KÜCHE;
 0719 (0.14) OCH:-kANn ich noch n TÄSSchen hAben rita;=
 0720 =un sie gEht so in die KÜCHE;
 0721 (0.46) Ähm:;
 0722 (0.99) un da sEhn wir die lEeren CUPS;=
 0723 =un dann (halt) SIE sO;
 0724 (0.31) <<f> ich mUss noch schnEll ´BOH`nen mAhlen >;=
 0725 =WEISST_ e was ich mEine;=
 0726 =also irgendwas was die ZEIT rechtfErtigt.
 0727 (0.12) zUm BEispiel.

0728 (0.15)
 0729 Unb: (°h /mh:);
 0730 Fra: aber ich gLAube du musst den anders AUFbauen den film;=
 0731 =zum BEIspiel später anfangn;
 0732 (0.53)

6.6. Konsensmarkierung



Als Konsensmarkierung wird in der vorliegenden Studie die „Gleichung von als zunächst different vorausgesetzten Instanzen, Momenten, Standpunkten und expliziten Positionen“ (Hoffmann 2017) verstanden, die sich auf die Hervorbringungen bezieht und verbalisiert wird. Im Folgenden werden die Konsensmarkierungen mikroanalytisch transparent gemacht und in diesem Zuge herausgearbeitet, dass sie im Regelfall gegen Ende der Austauschsequenzen anzutreffen sind und sich auf den innerhalb der Austauschsequenzen vollzogenen Prozess der Aushandlung der Hervorbringungen beziehen. Dementsprechend handelt es sich bei den Konsensmarkierungen im unmarkierten Normalfall um tendenziell unspezifische Äußerungen, welche sich weniger auf eine konkrete Hervorbringung beziehen als vielmehr übergeordnet auf den vorab inkrementell und sukzessive etablierten Konsens (Boden 1994, Huisman 2001: 70), der sich im Zuge der Präsentationen, Bewertungen und Weiterentwicklungen schrittweise sedimentiert hatte.

Konsensmarkierungen treten in der Gesamtschau der im Korpus analysierten Interaktionssequenzen üblicherweise dann auf, wenn

- keine weiteren Hervorbringungen mehr präsentiert werden können, weil keine weiteren präsentablen Hervorbringungen mehr vorhanden sind,
- ein zeitlicher Aspekt keine weiteren Präsentationssequenzen mehr zulässt.

Dadurch nehmen diese Konsensmarkierungen, makrostrukturell betrachtet, eine das Ende der Austauschsequenzen vorbereitende Funktion (Barnes 2007: 291) ein: Damit aus dem „interaktiven [. . .] Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses“ (siehe Kapitel 5.6) über kreative Hervorbringungen wieder ausgestiegen werden kann – also das vorangehende interaktive Geschehen (Mondada 2012a, Holmes/Stubbe 2015) gemeinsam aufgelöst wird, markieren die Interaktionsteilnehmenden im Regelfall den über die Präsentations-, Bewertungs- und Weiterentwicklungssequenzen etablierten Konsens über die verhandelten Hervorbringungen als erreicht. Die Konsensmarkierungen, welche nachfolgend im Zentrum stehen werden, erfüllen dadurch die Funktion eines topic-boundings (Schegloff/Sacks 1973: 303–309), verweisen darüber hinaus allerdings auf die Konsensetablierung, welche latent in den vorangegangenen makrostrukturellen Interaktionseinheiten mitbearbeitet wurde.

Darüber hinaus wird ein von diesem Regelfall abweichendes Phänomen beschrieben, im Zuge dessen die Interaktionsteilnehmenden bereits vor einem sich abzeichnenden Ende der Austauschsequenzen einen Konsens über die Wertigkeit einer Hervorbringung explizit machen und dieser dadurch eine besondere Stellung im Hinblick auf das weitere Vorgehen einräumen. Dieses Phänomen ist insofern zu diskutieren, als dadurch eine generelle Wertung transparent gemacht wird, obgleich noch nicht alle Hervorbringungen zur Diskussion gestellt worden sind. Derart gestaltete Konsensmarkierungen sind grundsätzlich selten¹⁸⁵; wenn sie auftauchen, finden sie sich primär im Anschluss an Weiterentwicklungssequenzen und sind in ihrer lokalen Situiertheit an den vorangegangenen Kontext gebunden. Diese Form der Konsensmarkierung wird entlang der Schlüsselsequenz exemplarisch aufgezeigt werden.

Das nachfolgende Kapitel orientiert sich dabei entlang der beiden oben skizzierten Befunde. Nachdem auf Basis zweier Ausschnitte aus der Schlüsselsequenz

185 Eine daran anschlussfähige körperliche Markierung wurde – wenn auch unter einem anderen Analysefokus – in Kapitel 6.3.1.2 beobachtet.

die zwei Fälle, also einerseits eine Konsensmarkierung im Anschluss an die vorab besprochene Weiterentwicklungssequenz, andererseits eine Konsensmarkierung am Ende der Austauschsequenz, diskutiert werden, wird der Normalfall im Zuge weiterer Belege ausführlicher vertieft (Kapitel 6.6.2).

6.6.1. Schlüsselsequenz – Abweichung vom Normalfall

Der Ausschnitt aus der Schlüsselsequenz, der nachfolgend im Zentrum steht, schliesst direkt an die vorab diskutierte sekundäre Weiterentwicklungssequenz durch Eddie (Kapitel 6.5.5.2) an – und bildet demnach die unmittelbare Reaktion der Interaktionsteilnehmenden auf selbige ab. Hinsichtlich seiner Stellung im gesamten Interaktionsverlauf stellt diese Konsensmarkierung, makrostrukturell betrachtet, einen vom unmarkierten Normalfall abweichenden Fall dar, in welchem ein Konsens explizit als solcher markiert wird, noch bevor sich das Ende der Austauschsequenz abzeichnet.

Entlang des nachfolgenden Ausschnittes wird herausgearbeitet werden, dass die mikroanalytisch transparente Einigung über die Akzeptanz der weiterentwickelten Variante der Hervorbringung zwar direkt an die Weiterentwicklungssequenz anschliesst, unter Berücksichtigung des vorangegangenen Interaktionsgeschehens allerdings deutlich wird, dass der innerhalb der Sequenz markierte Konsens nicht unvermittelt, sondern sukzessive über die Einleitung in die Austauschsequenz (Kapitel 6.3.1.1) und die Präsentationssequenzen (Kapitel 6.4.1 und 6.4.2.1) bis hin zur anschliessenden Bewertung (Kapitel 6.5.1) und die darauf aufbauenden Weiterentwicklungssequenzen (Kapitel 6.5.5.1 und 6.5.5.2) etabliert wurde. Dadurch stellt der nachfolgende Ausschnitt zwar eine konkrete Markierung der gemeinsamen Akzeptanz von Eddies Weiterentwicklung dar, welche im Kontext der vorab diskutierten Ausschnitte jedoch auf den gesamten vorangegangenen Prozess zurückverweist – und auf denselben konkret Bezug nimmt. Somit wird ein Schlaglicht auf die prozessuale Herstellung der Konsensetablierung geworfen, die im Zuge der nachfolgenden Sequenz durch die Interaktionsteilnehmenden explizit gemacht wird, in ihrer Genealogie allerdings als elementarerer Teil des kreativen Prozesses per se erscheint. Weil der interaktive Nachvollzug sich in dieser spezifischen Sequenz nicht ohne Rückgriff auf die visuell zugängliche Beschreibungsebene gestalten lässt, wird diese von Beginn an transparent gemacht – ein umfassendes Verbaltranskript der gesamten im vorliegenden Kapitel diskutierten Sequenz findet sich auf Seite 335.



Fra: a:::•
 Ger: [hahaha]•
 Den: [FINdi guet;]
 ((abgehacktes Lachen 1.2 Sekunden))
 (0.3)
 Fra: ((heiseres/leises Lachen))
 Ger: nei

• he DOESnt do anything;



Ger: [(he just sits;)]
 Fra: [no he doesnt do]ANYthing;
 Ger: [he just • sits there][YEAH]
 Edd: [because • he_s (.)] [he just SITS • there (.) and its like;]
 Ger: thats COOL;
 Edd: (0.83) [(0.15) (wür•kli;)] (0.25)
 [and its AL • ways;]



Fra: AH an_next • could be a CLOWN;
 (0.29)
 Edd: ja,
 Fra: [and SO on;]
 Edd: [and you JUST-]
 Den: jä-
 Edd: you just have all this FUCKing ridiculous people
 [(sitting at the table)-]
 Ger: [and it said you]could • do film it REALLY cool,=
 =you know with all this this flying camera over the
 Edd: ja,
 Ger: DIS • cussion;=

Abb. 54: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0610–0634 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Wie der sequenzielle Darstellung in Abb. 54 (erste Bildersequenz, links) zu entnehmen ist, markiert Frank im direkten Anschluss an das Ende von Eddies Weiterentwicklungssequenz (siehe Kapitel 6.5.5.2) sowohl körperlich als auch verbal ein deutliches Zustimmungssignal zur Weiterentwicklung von Eddie (siehe Kapitel 6.5.5.2). Er hat beide Hände zu Fäusten geballt, reckt sie ausgestreckt in die Luft und produziert einen über 3.2 Sekunden langen *response cry* (Goffman 1981: 78f) im worteigentlichen Sinne. Dabei hält er den Blick diagonal an die Decke gerichtet. Nach Gerhards Lachen, das ebenfalls als Zustimmung zu verstehen ist (Ginzburg et al. 2020), verbalisiert Denis seine Zustimmung explizit (Zeile 0612, Transkript 35) und reproduziert (Abb. 54, erste Bildersequenz, mittlere Darstellung) weiterhin lächelnd das pantomimische Abtasten, welches zuvor von Denis und Eddie in beachtenswerter Synchronität der Explikation der Bedeutung „*mime*“ diente (vgl. Abb. 52, Seite 316). An dieser Stelle lässt sich eine hochgradig synchronisierte Monitoringaktivität (Stukenbrock 2015: 87) der anderen ko-präsenten Interaktionsteilnehmenden beobachten – noch während Denis im Begriff ist, die pantomimische Darstellung des *mimes* mit Blick auf Frank zu reproduzieren, lässt sich ein koordiniertes Blickabstimmungsverhalten (Brône et al. 2017) zwischen Eddie, Frank und Gerhard beobachten, in dessen Zuge Gerhard seinen nächsten Turn absichert (Auer 2021) und der gestischen Inszenierung von Denis, die ohne verbale Explikation produziert wurde, eine das Szenario beschreibende Rolle zuschreibt, der er direkt widerspricht („*nei he DOESnt do anything*“, Zeile 0616, Transkript 35). Dies untermalt Gerhard mit einer Geste, bei der er beide Handinnenflächen der Tischkante zuwendet (Abb. 54, erste Bildersequenz, rechts).

Frank, der dabei seinen Stuhl näher an den Tisch rückt (Abb. 54, zweite Bildersequenz, links) und somit eine ähnliche Sitzhaltung einnimmt wie zuvor Eddie im Zuge seiner Weiterentwicklung (vgl. Abb. 52, Seite 316), stimmt Gerhards Einschränkung zu, indem er sie überlappend zu Gerhards Phrase wiederholt („*[no he doesnt do]ANYthing*“, Zeile 0618, Transkript 35). Daraufhin expliziert Gerhard seinen Einwand gegenüber der gestischen Inszenierung von Denis nochmals („*he just sits there*“ Zeile 0619, Transkript 35), während Eddie, die Geste von Gerhard wiederholend, bei der die Handinnenflächen nach innen gerichtet sind (Abb. 54, zweite Bildersequenz, mittlere Darstellung), in Überlappung dazu zu einer Begründung ansetzt – und daraufhin, noch immer in Überlappung („*he just SITS there*“ Zeile 0619, Transkript 35) dessen Beschreibung wiederaufnimmt.

Noch während die überlappenden, sich gegenseitig zustimmenden Intonationsphrasen von Eddie und Gerhard zu beobachten sind, etabliert sich parallel dazu eine zweite Achse innerhalb des interaktiven Geschehens: Denis blickt über diese Zeit hinweg Frank an, der sich (Abb. 54, zweite Bildersequenz, mittlere Darstellung) mittlerweile in einer Sitzhaltung eingerichtet hat, die derjenigen von Eddie während dessen Weiterentwicklungssequenz überaus ähnlich ist. In dieser Position verharrt Frank über den parallel ablaufenden Austausch von Eddie und Gerhard hinweg, wobei er beide Arme herabhängen lässt und Denis anblickt. Nach einer erneuten Zustimmung Gerhards („*thats COOL; (0.83) (würkli;*“ Zeile 0621f, Transkript 35) sieht er Denis mit einem Schulterzucken, schräg nach links geneigten Kopf und nach oben gerichteten Handinnenflächen fragend an (Abb. 54, zweite Bildersequenz, rechts).

Nachdem Denis Frank auf dessen körperliche Fragehaltung zunickend zustimmte, wird die Parallelität zweier Austauschachsen von Frank mittels deiktischer Geste in Richtung Eddie wieder aufgelöst (Abb. 54, dritte Bilderstrecke, links). Ko-expressiv zum Blickrichtungswechsel und der Zeigegeste formuliert er einen Vorschlag dazu, wie die Weiterentwicklung von Eddie ausgestaltet werden könnte („*AH an_next could be a CLOWN;*“ Zeile 0624, Transkript 35). Diese potenzielle Erweiterung des Szenarios wird sowohl von Eddie als auch von Denis in der Folge verbal ratifiziert (vgl. Zeilen 0626 und 0629) und von Gerhard mit einem Nicken kommentiert. In den darauffolgenden Intonationsphrasen setzt Letzterer nochmals die technische Ebene der Filmproduktion und der Kameraperspektive relevant (Abb. 54, dritte Bilderstrecke, mittlere und rechte Darstellung), im Zuge derer er sowohl den Aspekt der angeregten Diskussion als auch denjenigen des Kamerafluges verbal und gestisch akzentuiert – und dabei auf überaus ähnliche Gestenphrasen zurückgreift, wie er sie im Zuge seiner Hervorbringung bereits produziert hatte (vgl. Kapitel 6.4.1 sowie 6.4.2.1). Während Gerhard diese Elemente nochmals verfügbar macht, beginnt Frank, sich Stichworte (Abb. 54, dritte Bilderstrecke, rechte Darstellung) zu notieren.

Betrachtet man die Interaktionssequenz bis zu diesem Punkt, lassen sich einige Beobachtungen gesammelt formulieren: Die Interaktionsbeteiligten haben im Rückgriff auf verbale, gestische, körperliche und räumliche Ressourcen vorab verhandelte Aspekte der Hervorbringung (wie die Sitzhaltung des *mimes*, den Kontext sowie die Umgebungskomponenten des Szenarios, die angeregte Diskussion und die Kameraperspektive) reproduziert und ratifizieren diese Verweise in einem reziproken Zustimmungsverfahren. Darüber

hinaus wurden weitere Anknüpfungspunkte für die Ausgestaltung des Szenarios (siehe Zeile 0624, Transkript 35) skizziert, welche direkt von allen Interaktionsteilnehmenden als Möglichkeit ratifiziert wird. Dadurch wird ein sich bereits abzeichnender Konsens, der sich im Zuge der Präsentations-, Bewertungs- und Weiterentwicklungssequenzen sukzessive nachvollziehen liess, explizit thematisiert, entlang konkreter Aspekte der Hervorbringung verfestigt und in seiner Extension über verschiedene, zuvor relevant gesetzte Dimensionen der Hervorbringung hin umrissen. Der weitere Interaktionsverlauf ist von zusätzlichen Relevantsetzungen und darauf bezogenen Bekräftigungen konkreter Aspekte der Weiterentwicklungen geprägt und verdeutlicht, dass – obgleich keine explizite Reinszenierung oder verbalisierten Festlegung (im Sinne eines konkreten Abstimmens der genauen Abläufe, Kameraschnitte, Storyboardbestandteile und dergleichen) – für die Interaktionsbeteiligten die wesentlichen Bestandteile als geklärt markiert werden.



Ger: =and then you END • at this;
 (0.56)
 Edd: yeah its like[.]]CLOWN;
 Ger: [ja,]
 Edd: fuck[ing MEIM;]
 Ger: [what_i what i ALSO] like,
 [its either•SAY nothing with the;]
 Edd: [all the sY•all the SYM]bols
 that are actually idiots;
 Edd: yeah,
 (0.12)
 Ger: but (.) the MEIMme should nt say anything;=
 =but maybe with the CLOWN what i also like was what frank just said is like;
 (0.21) someone SAYS something stupid and you just have this;
 (1.3) hh°<<f>; wu_ch> •



Ger: and this could be filmed
 • SO cool, (0.2)
 Ger: [you KNOW like;]
 Edd: [yeah-]
 Ger: everyone(0.34) camera HEre • everyone just;
 (0.4)
 Fra: also (.) auf jeden fall wir bewegen uns jetzt in ne • Gute richtung;
 (.) aus mEin
 Edd: ja;
 Fra: MEIner sicht;

Abb. 55: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0635–0658 von A_171116_K6_K7_Newspaper

In der oberen rechten Darstellung in Abb. 55 lässt sich die Integration der Kameraperspektive, welche Gerhard entlang seiner ursprünglichen Her- vorbringung relevant gesetzt hatte (siehe Kapitel 6.4.1), innerhalb des weiterentwickelten Szenarios unter Rückgriff auf die räumliche Überlagerung der physisch präsenten Raumstrukturen mit denjenigen der Szenarien beobachten; die fliegende Kamera, welche er gestisch symbolisierend untermalt,

fliegt über die angeregte Diskussion (Zeilen 0632–0635, Transkript 35), bis der Kameraflug (der dezidiert auch wieder einen Origo- und damit verbunden einen Perspektivenwechsel mit sich bringt, vgl. „*and then you END at this*“; Zeilen 0635, Transkript 35), an einem Punkt endet, der unspezifisch durch das Demonstrativpronomen *this* markiert wird. Die konkretisierende Explikation des Ortes respektive des Bildes, welches die Kamera als Endpunkt aufweist, wird unvermittelt von Eddie ko-konstruktiv verbal expliziert, wobei er Franks Erweiterungsvorschlag („*AH an_next could be a CLOWN*“; Zeile 0624) direkt mit in die Szenerie integriert („*yeah its like (.) CLOWN*“; Zeile 0624). Die nachfolgenden Intonationsphrasen sind geprägt von gegenseitigen Bezugnahmen von Gerhard und Eddie, die sich sowohl reziprok ihrer Zustimmung über gewisse Aspekte der Hervorbringung versichern als auch diese Aspekte in der Wiederaufnahme wechselseitig ratifizieren. Exemplarisch für diesen Prozess ist die mittlere Darstellung der ersten Bilderstrecke in Abb. 55, welche einen der Momente einfängt, in dem beide, in Überlappung sprechend, gegenseitig aufeinander zeigen und dergestalt die Aspekte des jeweilig anderen nickend ratifizieren und gleichzeitig um das Rederecht bestrebt sind.

Die Vielzahl der einzelnen Bezugnahmen auf Aspekte der jeweiligen Hervorbringungen, die im vorangegangenen Interaktionsverlauf relevant gesetzt wurden, sei an dieser Stelle exemplifizierend durch eine besonders prägnante Reinszenierung ergänzt, die Gerhard vornimmt. Sie findet sich in Abb. 55 oben rechts abgebildet. In den vorangehenden Intonationsphrasen hat Gerhard nochmals die zentralen Aspekte des explizierten Konsenses rekapituliert (es gibt einen Pantomimen, der nichts sagt, eine nun als Clown spezifizierte Figur, die etwas Unpassendes formuliert), welche er körperlich entlang der etablierten mentalen Ressourcen markiert hat. Anschliessend reproduziert er, die nachfolgende Referenz verbal ankündigend und konkret in Franks Weiterentwicklungssequenz verortend („*what i also like was what frank just said is like*“; Zeile 0647 Transkript 35), ko-expressiv zur verbalen Untermalung („*bh° <<f>↑ wu_ch*>“; Zeile 0649, siehe diesbezüglich auch Keevallik 2014) die Kopfdrehung, welche Frank im Zuge seiner Weiterentwicklungsdemonstration vollzogen hatte, um den externen, sich schnell bewegenden Blickwinkel der Kamera relevant zu setzen (vgl. Abb. 51, Seite 309). Dadurch knüpft diese Reinszenierung (Maury-Rouan 2011: 314) und die damit einhergehende onomatopoetische Relevantsetzung der technisch-artifiziellen Produktionslogik der Kameraperspektive an die vorangegangenen Relevantsetzungen ebendieser Perspektive an (exemplarisch Abb. 33, Seite 190,

Zeile 0063, Transkript 9, Seite 194, aber auch Abb. 51, Seite 309). Dergestalt markiert sie einen konsensualen Fokuspunkt der Verhandlung ebendieser Dimension der Filmtechnik, die sich bereits über körperliche und verbale Relevanzsetzungen in den vorab diskutierten Sequenzen nachzeichnen liess.

In der Folge setzt Gerhard – gestisch an bereits etablierte mentale Ressourcen anknüpfend (vgl. insbesondere Kapitel 6.4.1) – wiederum seinen Körper zur Darstellung des Bildausschnittes der Kamera relevant (Abb. 55, zweite Bildstrecke, links) und markiert in der Folge die Handlungen der anderen Figuren des Szenarios sowohl verbal („*everyone*“ Zeile 0653, Transkript 35) als auch gestisch (Abb. 55, zweite Bildstrecke, mittlere Darstellung). Dadurch koordiniert er erneut eine Origo-Verschiebung wie auch einen Perspektivenwechsel, der in der Gesamtschau der vorangegangenen Sequenzen allerdings in einer unkontextualisierten Beiläufigkeit produziert wird, die sich als *accomplishment* (Garfinkel 1967: 11) der bis zu diesem Punkt herausgearbeiteten Bestandteile der vorangegangenen Szenariendarstellungen verstehen lässt.

In einem letzten Schritt ist entlang der Phrase von Frank eine zusammenfassende Bemerkung festzuhalten, die über die analysierte Sequenz auf eine Mehrheit von Konsensmarkierungen im Korpus hin verweist: Frank ordnet das vorangegangene Geschehen so ein, dass es eine Bewegung in eine „*Gute richtung*“ (Zeile 0655, Transkript 35) darstelle. Beschreibungen dieser Art sind häufig und lassen sich generell gegen Ende der Austauschsequenzen verorten (vgl. Kapitel 6.6.2), wodurch sie die Austauschsequenz per se in einen grösseren Kontext stellen. Makrostrukturell betrachtet, markiert diese Äusserung im Hinblick auf die anderen im Korpus vorhandenen Sequenzen eine baldige Auflösung der Interaktionskonstellation und stellt somit nicht nur hinsichtlich ihrer topic-bounding-Funktion ein mögliches *pre-closing* (Schegloff/Sacks 1973: 303–309) dar. Dies lässt sich nicht nur komparativ zu anderen Interaktionskonstellationen herausarbeiten (vgl. Kapitel 6.6.2), sondern auch im lokalen Interaktionskontext indexikalisch entlang der Reaktion auf die Konsensmarkierung durch Frank nachzeichnen. Direkt im Anschluss an diese Äusserung markiert Gerhards Turn eine klare Bearbeitung des durch Frank eingeleiteten *pre-closings* in dem Sinne, als er explizit macht, dass es noch weitere „*unmentioned meintionables*“ (ebd.: 304) gebe, die zur Verhandlung gestellt würden („*wir haben noch MEHR*“, Zeile 0659, Transkript 35). Franks Reaktion darauf spricht hinsichtlich ihrer Rückbindung an ebendiese *pre-closing*-Bearbeitung für sich („*OH*“, Zeile 0661, Transkript 35).

Die oben diskutierte Sequenz stellt zwar aufgrund der oben herausgearbeiteten Stellung im Interaktionsverlauf eine Ausnahme dar, verdeutlicht nichtsdestotrotz aber durch die in ihrem Zuge mehrfach relevant gesetzten Verweise auf Aspekte verschiedener Hervorbringungen, die vorab zur Diskussion gestellt wurden, den prozessualen Charakter der Konsensetablierung. Auch wenn der Konsens in der soeben beschriebenen Sequenz unter den Interaktionsteilnehmenden durch reziproke Reinszenierung, erneute körperliche, gestische, verbale und onomatopoetische Relevantsetzung konkreter Aspekte und anschließende Ratifizierung ebendieser Elemente verhandelt wird, ist er dennoch deutlich rückbezüglich in dem Sinne, als hierdurch Elemente der Hervorbringungen explizit gemacht werden, welche bereits zuvor etabliert und schon in ihrem ersten Auftreten im Zuge der sukzessiven Konsensetablierung herausgearbeitet wurden.

Über die oben herausgearbeiteten reziproken Zustimmungssignale und erneuten Relevantsetzungen zentraler Aspekte der Hervorbringungen, die von den ursprünglichen Präsentationssequenzen über die Weiterentwicklungssequenzen hinweg auf den gesamten Prozess der Aushandlung verweisen, lässt sich ebenfalls eine Beobachtung hinsichtlich der sequenziellen Ordnung dieser metastrukturellen Interaktionseinheit festhalten: Anders als bei den Befunden zu den Präsentationssequenzen (Kapitel 6.4) sowie den Bewertungs- (Kapitel 6.5) und Weiterentwicklungssequenzen (Kapitel 6.5.5), in denen eine klare Rollenverteilung des Rederechts und der erwartbaren Aktivitäten der Interaktionsbeteiligten beobachtbar waren, handelt es sich im oben diskutierten Ausschnitt um eine Sequenz, die von allen Interaktionsteilnehmenden gemeinsam gestaltet wird und sich durch eine Vielzahl an Überlappungen, parallel geführten Interaktionsmustern sowie sprunghaften Referenzen auf vorherige Aspekte der Hervorbringungen auszeichnet. Der hierdurch markierte Konsens wird demnach nicht von einer einzelnen Person als solcher proklamiert, sondern gemeinsam hervorgebracht, und spiegelt somit den interaktiven Austauschprozess wider.

Transkript 35: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0610-0663)

0610 Fra: ((hoher schriller Schrei 3.2 Sekunden))
 0611 Ger: [hahaha]
 0612 Den: [FINdi guet;]
 0613 ((abgehacktes Lachen 1.2 Sekunden))
 0614 (0.3)
 0615 Fra: ((heiseres/leises Lachen))

0616 Ger: nei he DOESnt do anything;
 0617 [(he just sits;)]
 0618 Fra: [no he doesnt do]ANYthing;
 0619 Ger: [he just sits there]YEAH he doesnt know;]
 0620 Edd: [because he _s (.)] [he just SITS there (.) and its like;]
 0621 Ger: thats COOL;
 0622 (0.83) [(würkli;)](0.25)
 0623 Edd: [and its ALways;]
 0624 Fra: AH an _next could be a CLOWN;
 0625 (0.29)
 0626 Edd: ja,
 0627 Fra: [and SO on;]
 0628 Edd: [and you JUST-]
 0629 Den: jä-
 0630 Edd: you just have all this FUCKing ridiculous people
 [(sitting at the table)-]
 0631 Ger: [and it said you]could do film it
 REALLY cool,=
 0632 =you know with all this this flying camera over the
 0633 Edd: ja,
 0634 Ger: DIScussion;=
 0635 =and then you END at this;
 0636 (0.56)
 0637 Edd: yeah its like[(.)]CLOWN;
 0638 Ger: [ja,]
 0639 Edd: fuck[ing MEIM;]
 0640 Ger: [what _i what i ALSO] like,
 0641 [its either SAY nothing with the;]
 0642 Edd: [all the sY all the SYM]bols that are
 actually idiots;
 0643 (1.3)
 0644 Edd: yeah,
 0645 (0.12)
 0646 Ger: but (.) the MEIMme should _nt say anything;=
 0647 =but maybe with the CLOWN what i also like was
 what frank just said is like;
 0648 (0.21) someone SAYS something stupid and you just
 have this;
 0649 hh^<<f>↑ wu _ch> and this could be filmed SO cool,
 0650 (0.2)
 0651 Ger: [you KNOW like;]
 0652 Edd: [yeah-]
 0653 Ger: everyone(0.34) camera HERE everyone just;
 0654 (0.4)

- 0655 Fra: also (.) auf jeden fall wir bewegen uns jetzt in
ne GÜte richtung;
0656 (.) aus mEin
0657 Edd: ja;
0658 Fra: MEIner sicht;
0659 Ger: wir haben noch MEHR,
0660 (0.61)
0661 Fra: OH,
0662 (0.22) das ist gut,
0663 Edd: (.) ja-

6.6.2. Konsensmarkierung am Ende der Austauschsequenzen

Die allermeisten Konsensmarkierungen lassen sich gegen Ende der Austauschsequenzen lokalisieren und sind daher an Stellen im interaktiven Geschehen verortbar, an welchen entweder keine weiteren präsentablen Hervorbringungen mehr vorhanden sind oder die Interaktion sich aus zeitlichen Gründen dem Ende zuneigt. Dadurch bauen die Konsensmarkierungen prospektiv eine Erwartbarkeit der baldigen Auflösung der Interaktionskonstellation via Formulierung der Handlungsimplicationen (siehe Kapitel 6.7) auf und werden meist durch Markierung eines möglichen *pre-closings* (ebd.: 303) eingeleitet. Retrospektiv stellen die Konsensmarkierungen in den meisten Fällen eine übergeordnete Perspektive auf die Konsensetablierungen während der Austauschsequenzen dar und sind daher oftmals nicht spezifisch auf konkrete Hervorbringungen bezogen, sondern auf den gesamten Prozess als solchen respektive die Austauschsequenz als Ganze. Des Weiteren lässt sich insbesondere hinsichtlich der rückwärtsbezogenen Einordnung des Austausches eine deutliche Neigung zum Wortfeld *gehen* beobachten.¹⁸⁶ Die

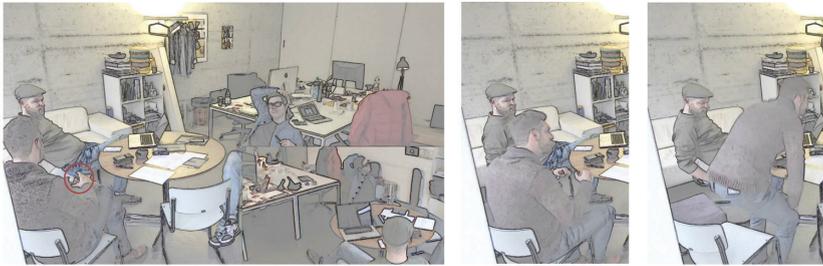
186 Für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie ist dies insofern relevant, als die Austauschsequenzen dadurch in einen übergeordneten Rahmen gesetzt werden, innerhalb dessen man sich durch den Vollzug des Austausches in eine Richtung bewegt hatte. Eine systematische (korpuslinguistische) Analyse dieser Konsensmarkierung unter Berücksichtigung der damit verbundenen metaphorischen Felder sowie deren Rückbindung an die organisationalen und institutionellen Vorgaben der untersuchten Werbeagenturen und die Bezugnahme derselben mit den gesellschaftlich beobachtbaren Ausrichtungen an den Paradigmen des Fortschritts in Kopplung mit der konsequenten Orientierung am Neuen (vgl. hierzu Florida 2002, Reckwitz 2014, und insbesondere Reckwitz 2017) wären für weiterführende Studien ein vielversprechendes Feld, das Einblick in die zugrundeliegenden normativen Gegebenheiten geben könnte.

nachfolgende Sequenz, welche sich gegen Ende der Schlüsselsequenz (siehe Kapitle 6.2) entfaltet, illustriert diese Befunde exemplarisch.

Transkript 36: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 2322-2327)

2315 Ger: äh _ JÄ,
 2316 (0.97) ?e _ äh _ e-
 2317 (0.51)i _ bi nochli dÜnn uf ((AUSLASSUNG
 KUNDENNAME));
 2318 (0.12)ich brAuch die einenhalb STUN[den]jetzt grad;
 2319 Fra: [JA-]
 2320 Fra: NEHMT _ s EUCh,
 2321 (0.46)ö:h ALso.
 2322 RIEsen schrItt,
 2323 Den: (0.1) MEga;
 2324 (0.27)
 2325 Ger: e _ HE,
 2326 Fra: wir sIn _ noch _ nich DA,
 2327 aber RIEsen schrItt.

Das oben abgedruckte Verbaltranskript (Transkript 36) exemplifiziert die eingangs formulierten Befunde hinsichtlich der Konsensmarkierungen dergestalt, dass sich in einem ersten Schritt ihre Position im Interaktionsgeschehen entlang des Turns von Gerhard (Zeilen 2315–2318) verdeutlichen lässt. Gerhard markiert, dass durch ihn keine weitere Präsentationssequenz mehr relevant gesetzt werde, da er für eine anstehende, zeitlich terminierte Austauschsequenz zu einem anderen Kundenprojekt noch etwas „dünn“ sei.



Ger: (0.97) ?e äh • e-
 (0.51) i_bI nöchli dünn uf ((AUSLASSUNG KUNDENNAME));
 (0.12) ich br•Auch
 die einhalb STUN[den]jetzt •grad;
 Fra: [JA-]

Abb. 56: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 2315–2319 von A_171116_K6_K7_Newspaper¹⁸⁷

Das dergestalt relevant gesetzte Ende der Austauschsequenz wird von Gerhard auch körperlich deutlich markiert; nach einem beinahe schon demonstrativen Blick auf seine Armbanduhr untermalt er ko-expressiv zum Modalverb „*brAuch*“ den Umstand mit einer beide Hände umfassenden, nach vorne gerichteten Geste und erhebt sich in der Folge von seinem Stuhl.

Darauffolgend lässt sich entlang der Intonationsphrasen von Frank in Zeilen 2322, 2326 sowie 2327 nachvollziehen, dass dieser durch die Formulierung „*RIEsen schrItt*,“ (Zeile 2322) einen Teil eines grösseren Prozesses mit dem baldigen Ende der Austauschsequenz als erfolgt markiert. Diese Lesart wird durch die Phrase „*wir sIn_noch_nich DA*,“ (Zeile 2326) gestützt: Die Austauschsequenz wird als Teil eines übergeordneten Prozesses (Krämer 2014) markiert, welcher – folgt man Franks Diktion – noch weitere dieser gemeinsam („*wir*“) getätigten Schritte benötigt, um zu einem Endpunkt zu gelangen. Die Betitelung der Austauschsequenz als „*RIEsen schrItt*,“ (Zeile 2322), die sich retrospektiv auf die vorangegangenen 47 Minuten beziehen lässt, wird sowohl von Denis („*MEga*,“ Zeile 2323) als auch durch Gerhard („*e_HE*,“ Zeile 2325) ratifiziert. In der Gesamtbetrachtung des obigen Ausschnittes wird hinsichtlich der nicht weiter exemplifizierten Zuschreibung

187 Wie den Darstellungen zu entnehmen ist, befindet sich Eddie nicht mehr im Raum – er hatte sich eine gute Viertelstunde vorher verabschiedet, um an einer anderen Sitzung teilzunehmen.

des Geschehens,¹⁸⁸ einen kollektiv riesigen Schritt vollzogen zu haben, und insbesondere durch die Zustimmungsmarkierung der anderen Interaktionsteilnehmenden deutlich, dass die Einordnung des Geschehens durch Frank sich auf eine Konsensetablierung stützt, die sich über die vorangegangenen Sequenzen erstreckt.

Die oben abgedruckte Sequenz darf insofern als exemplarische gelten, als die in ihr vollzogene rückblickende Einsortierung des Austausches innerhalb eines grösseren prozessualen Kontextes in ähnlicher Form auch in vielen anderen der hier analysierten Sequenzen beobachtbar ist. Um diese Systematizität aufzuzeigen, werden in der Folge durch Hinzuziehung weiterer Sequenzen die oben skizzierten Beobachtungen verdichtet. Die in Transkript 37 abgedruckte Sequenz¹⁸⁹, welche aus dem Terry-Korpus stammt, teilt verschiedene Eigenschaften mit der vorherigen und ist ebenfalls kurz vor der Auflösung der Interaktionskonstellation zu verorten. Wie die Zeilen 1630–1632 verdeutlichen, wird in dieser Konstellation das Ende der Austauschsequenz allerdings nicht aus zeitlichen Gründen erwartbar gemacht, sondern aufgrund der fehlenden Relevantsetzung weiterer Präsentationssequenzen (oder mit Schegloff/Sacks 1973: 304 gesprochen, des Verstreichenlassens der Möglichkeit, „unmentioned mentionables“ zur Sprache zu bringen).

Transkript 37: T_171101_K1_Gipfelizmorge (Zeilen 1634-1644)

1630 Ter: git_s na meh,
 1631 (1.24)
 1632 alright.
 1633 Jan: guet.
 1634 Ter: he SUPer,
 1635 RICHTig gueti idee;
 1636 (0.27)
 1637 Tim: YES.
 1638 Unz: wu:huu,
 1639 Ter: ha_s gfühl m_r chömmed dere sach nöchr odr,

188 Damit ist gemeint, dass nicht weiter ausgeführt wird, weshalb, in welcher Dimension und unter welchem Aspekt die Austauschsequenz einen riesigen Schritt darstellt.

189 Ein kurzer Ausschnitt aus der Austauschsequenz wurde bereits in Kapitel 6.4.3.2 in Abb. 41 oben links illustriert.

- 1640 Ula: ja [EH,]
 1641 Unz: [jä;]
 1642 Unz: [yeah.]
 1643 Liv: geili session gsi leu[te.]
 1644 Zar: [ja,]

Terence markiert durch sein „*alright*.“ (Zeile 1632) ein mögliches *pre-closing* (ebd.: 303), das durch Jans anschliessenden Turn (Zeile 1633) gestützt wird. Daraufhin ordnet Terence, nach einem generellen Kommentar („*he SUPer*“, Zeile 1633), dem auch eine thematisch-abschliessende Funktion zugeschrieben werden kann (Schegloff/Sacks 1973: 303–309), die im Zuge der Austauschsequenz verhandelten Hervorbringungen als „*RICHTig gueti idee*“, (Zeile 1635) ein¹⁹⁰. Nach zwei Zustimmungssignalen aus der grossen Runde der Interaktionsteilnehmenden (siehe hierzu auch Abb. 41, oben links) verweist Terence, ähnlich wie Frank im vorangegangenen Beispiel (vgl. Transkript 36, Zeile 2326), auf einen Endpunkt, der zwar noch nicht erreicht, dem man aber kollektiv („*ha_s gfühl m_r chömmmed dere sach nöchr odr*“, Zeile 1639) näher gekommen sei. Auch diese Einordnung wird – nicht zuletzt aufgrund der Relevanzsetzung eines Zustimmungssignals durch die steigende Intonationsphrasenendbewegung von Terences „*odr*“, – von diversen Interaktionsteilnehmenden ratifiziert. Daraufhin bezeichnet Livio, dessen Hervorbringung zuvor im Zuge mehrerer Weiterentwicklungssequenzen verschiedene Veränderungen durchlaufen hatte, die Austauschsequenz abschliessend als „*geili session*“ (Zeile 1643), die – so lässt zumindest das gewählte Tempus vermuten – seines Erachtens zu diesem Zeitpunkt bereits in der Vergangenheit¹⁹¹ liegt.

Die nächste Sequenz, entlang welcher sich ein den vorigen Ausschnitten sehr ähnliches Muster nachzeichnen lässt, stammt aus einer Austauschsequenz, deren Einstieg in der vorliegenden Studie bereits diskutiert wurde (siehe Kapitel 6.3.1.2). Bereits im Zuge der Nachzeichnung des Übergangs in die geplante, zeitlich fixierte Austauschsequenz, welche im Kreativraum

190 Zur Erläuterung des Kontextes sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass auch in dieser Austauschsequenz verschiedene Hervorbringungen verworfen, andere hingegen allerdings auch weiterentwickelt wurden. Terences Zuschreibung lässt sich also nur schwerlich auf alle Hervorbringungen gleichermassen beziehen – sondern stellt auch hier vielmehr einen vorab etablierten Konsens über die Wertigkeit gewisser Aspekte spezifischer Hervorbringungen ins Zentrum, auf den er sich nun beziehen kann.

191 Das Schweizerdeutsche kennt in der dialektalen Ausprägung, welche von Livio gesprochen wird, keine Präteritumform (mehr), weshalb zur Darstellung von Sachverhalten in der Vergangenheit dominant auf das Perfekt zurückgegriffen wird (Jörg 1976).

(Kapitel 3.4) der Agentur Terry (Kapitel 3.3) stattfindet, wurde auf eine Konsensmarkierung auf körperlicher Ebene hingewiesen (siehe Abb. 21), die bereits hinsichtlich der ersten Hervorbringung noch vor der eigentlichen Präsentation derselbigen vollzogen wurde. Die Konsensmarkierung, welche nachfolgend im Zentrum steht, führt die Austauschsequenz nun im Zuge eines möglichen *pre-closings* (ebd.: 303–309) zu einer Formulierung der weiteren Handlungsschritte (siehe Transkript 41 in Kapitel 6.7.2) und dergestalt zu ihrer Auflösung.

Transkript 38: T_171031_K1_Früchte (Zeilen 697-711)

697 HAN: tip (.) TOP,
 698 dann HAM_wa doch schon mal was;
 699 GER: isch guet?
 700 HAN: ja EH,
 701 voll gut;
 702 (0.69) sind doch WEIT ge[kommen;]
 703 GER: [voll,]
 704 und luschtig,
 705 <<lachend> frankie der WOche >,
 706 HAN: <<leise> h°h°wie bescheuert >,,
 707 aba au_sau geile sach_n;
 708 GER: isch e gueti(-) ziiit INvestitiO:n [gsi;]
 709 HAN: [voll.]
 710 (0.74) ja:: keine_ ahNUNG,
 711 machen wirs_so::,

Entlang der oben abgedruckten Sequenz lassen sich die bereits vorab festgehaltenen Beobachtungen stützen; nach einem möglichen *pre-closing* durch Hannah („tip (.) TOP, dann HAM_wa doch schon mal was;“ Zeilen 697f) generiert Geraldine einen Zugzwang („isch guet?“, Zeile 699), den Hannah – analog zu den vorab diskutierten Sequenzen – dergestalt bedient, dass sie in diesem Zuge die Austauschsequenz als eine Form des gemeinsamen Voranschreitens („(0.69) sind doch WEIT gekommen;“, Zeile 702, Transkript 38) in einem grösseren Kontext positiv wertet. Diese Zuschreibung wird von Geraldine noch während Hannahs Intonationsphrase in Überlappung bekräftigt („voll,“ Zeile 703 – das Ansetzen zu dieser Zustimmung lässt sich bereits beim Wort „WEIT“ beobachten), woraufhin sie auf eine spezifische Weiterentwicklung einer Hervorbringung referenziert, indem sie deren Titel erwähnt („frankie der WOche“, Zeile 705) welche beide

Interaktionsteilnehmenden im vorangegangenen Interaktionsverlauf als *kindisch* verworfen hatten. Dergestalt markiert Geraldine einen Konsens hinsichtlich der gemeinsamen Ablehnung einer Hervorbringung – ein Umstand, der in gewisser Regularität auch in anderen Sequenzen beobachtbar ist und durch den übergeordnet auf bereits verhandelte *Passungsvorgaben* referenziert wird. Die gemeinsame Ablehnung wird von Hannah in ihrer anschließenden Intonationsphrase nochmals kommentierend transparent gemacht („*h°h°wie bescheuert*“, Zeile 706) und im nächsten Zug sogleich retrospektiv im übergeordneten Rahmen kontextualisiert („*aba au_sau geile sach_n*“, Zeile 707). Dadurch wird die Austauschsequenz als eine gerahmt, in der zwar – in Hannahs Diktion – bescheuerte, aber auch „saugelige“ Sachen verhandelt wurden. Geraldine nimmt Letzteres auf und erweitert die Perspektive auf die Austauschsituation um die zeitliche Komponente („*isch e gueti(-) ziiit INvestitiO:n gsi*“, Zeile 708). Dadurch referenziert sie auf die zugrundeliegende Effizienzmaxime (Koppetsch 2006a: 149–151) der Austauschsequenzen, welcher, folgt man ihrer Formulierung, genüge getan wurde. Im Anschluss daran leitet Hannah in die Formulierung der weiteren Handlungsimplicationen über (Zeile 711).

Entlang der obigen Sequenzen konnte beobachtet werden, dass der durch sie exemplarisch dargelegte Standardfall eine rückblickende Rahmung des Austausches innerhalb eines grösseren prozessualen Kontextes umfasst, die sich auf einen bereits etablierten Konsens um die Wertigkeit der einzelnen Hervorbringungen sowie ihre Gesamtheit stützt. Diesem oben illustrierten Standardfall lässt sich eine Sequenz entgegenstellen, welche das Argument der oben ausgeführten Abstützung auf eine gemeinsame Konsensetablierung dergestalt verdeutlicht, dass die Konsensetablierung in dieser Sequenz nicht als gegebene Referenz verfügbar erscheint. Dies lässt sich nicht zuletzt darauf zurückführen, dass im Zuge der Austauschsequenz, die sich nun dem Ende zuneigt, praktisch alle Hervorbringungen verworfen oder in eine spätere Weiterentwicklung verfrachtet wurden.

Bei der Sequenz handelt es sich um einen Teil einer zeitlich terminierten Austauschsequenz aus dem Athene-Korpus (Kapitel 3.5), die, wie der Abb. 57 entnommen werden kann, im Büro der CD stattfindet (Kapitel 3.6.3) und an der insgesamt zehn Interaktionsteilnehmende beteiligt sind. Zu Beginn der Sequenz fragt Frank, einer der beiden Creative Directors, in die Runde, ob „*das feedback weitergehOLFen*“ (Zeile 4956, Transkript 39) habe, respektive, ob die angesprochenen Personen nun wüssten, „*wo ihr hinlaufen*

sollt“ (Zeile 4957). Daraufhin beginnen (Abb. 57, obere Bilderstrecke, rechts) mindestens¹⁹² fünf der anwesenden Interaktionsbeteiligten zu nicken.



Fra: KURze frage;
 hat •hat hat euch das feedback weitergeHOLfen;
 also wisst ihr wo ihr hinlaufen sollt,
 zu nicken; (0.38)

ihr • braucht nicht aus höflichkeit



Fra: weil DAF darum gehts ja in diesen runden;
 es geht ja nicht darum;
 (0.35)
 äh:
 nur den
 imperator daumen zu machen;
 also,
 hat euch das nen •bisschen;
 (0.22)

dir•ecTION geben,

(0.78)

wir•klich?

Fra:
 ok cool;
 (2.0)

Abb. 57: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 4955–4978 von A_171116_K6_K7_Big_Campaign

Die darauffolgenden Intonationsphrasen lassen sich indexikalisch auf die Austauschsequenzen per se beziehen und ermöglichen einen seltenen Einblick in die meist nicht explizit benannte, wie die Ausführungen der vorangegangenen Kapitel gezeigt haben, jedoch deutlich inhärente Zielsetzung derselbigen; So exemplifiziert Frank, die Zustimmung dürfe nicht

192 Auf Basis des Kamerawinkels kann nicht ausgeschlossen werden, dass nicht auch weitere Interaktionsteilnehmende körperlich eine Zustimmung markieren.

aus reiner Höflichkeit gegeben werden (Zeile 4958), denn es gehe „in diesen runden“ (Zeile 4959) nicht darum, „nur den *imperator* daumen zu machen;“ (Zeile 4964), sondern den Interaktionsbeteiligten ein bisschen (Zeile 4966) „*directION*“ (Zeile 4968) zu geben. Auf der visuell zugänglichen Ebene lässt sich in diesem Zuge beobachten, dass Frank die beiden Funktionen, welche der Austauschsituation zugeschrieben werden, körperlich voneinander differenziert und gestisch unterstützend symbolisiert: Wie entlang der zweiten Bilderstrecke in Abb. 57 nachvollzogen werden kann, streckt er ko-expressiv zur Äusserung „*imperator*“ (Zeile 4964) beide Daumen der ansonsten zu Fäusten geballten Hände in die Höhe – und symbolisiert die Richtung, welche durch den Prozess gegeben werden solle, entlang seiner vertikal ausgerichteten, flach ausgestreckten Hand, welche er vor seinem Gesicht nach vorne gerichtet hin- und her schwenkt, wobei er den Oberkörper dreht und sein Blick stets in die Richtung der Handachse orientiert ist.

Die dadurch körperlich kontextualisierte „*directION*“ (Zeile 4968, Transkript 39) erscheint dergestalt als Einengung eines Spektrums, welches – folgt man der körperlichen Darstellung Franks – dadurch avisiert werden kann. Ratifiziert wird die derart markierte erneute Nachfrage (Zeile 4968) um den Nutzen des Feedbacks von einer Person, die daraufhin nickt (siehe Abb. 57, zweite Bilderstrecke rechts). In der Gesamtschau der oben skizzierten Sequenz lassen sich eine Reihe von Befunden entlang der bereits getätigten Beobachtungen einordnen und kontextualisieren; auch in dieser Sequenz wird der vorangegangene Austausch im Wortfeld der körperlichen Fortbewegung („*hinlaufen*“, Zeile 4957, Transkript 39) verortet sowie die Austauschsequenz als solche in einen grösseren Kontext gestellt (in dem Sinne, dass eine Richtung vorgegeben werde, die weiterverfolgt werden solle). Gleichzeitig lässt sich im Vergleich zu den vorherigen Sequenzen beobachten, dass im obigen Ausschnitt keine Kollektivierung dieser Aktivitäten vollzogen wird: Anders als in den bisher betrachteten Sequenzen, in denen von einem *wir* (Zeile 2326, Transkript 36; Zeile 1639 Transkript 37; Zeile 702, Transkript 38) die Rede war, welches im Zuge der nun abgeschlossenen Verhandlung der Hervorbringungen eine Vorwärtsbewegung vollzogen habe, ist in der obigen Sequenz eine klare Trennung zwischen einem *euch/ ihr* (Zeilen 4956, 4957, 4958 und 4966, Transkript 39) und der daumenrichtenden, richtungsvorgebenden Instanz erkennbar. Selbst ohne weitere Kenntnis über den vorangegangenen Interaktionsverlauf lässt sich entlang dieser Ausführungen stark vermuten, dass die Konsensetablierung im Zuge der Präsentation, Bewertung und Weiterentwicklung der Hervorbringungen

nicht wirklich zustande gekommen ist. Dies spiegelt sich nun indexikalisch in ebendieser Trennung der beiden Instanzen wider. Durch die Thematisierung der Unsicherheit (und als solche lässt sich Franks initiale Frage, ob das Feedback „weitergeHOLfen“ habe, durchaus verstehen) über den weiterführenden Nutzen der Austauschsituation lässt sich eine der zentralen Funktionen der Konsensmarkierungen nochmals verfestigen: In und durch diese Sequenzen wird ein geteiltes Verständnis über die Sollwerte der Hervorbringungen explizit markiert – welches allerdings nicht erst in den Konsensmarkierungen etabliert wurde, sondern bereits vorher.

Transkript 39: A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 4955-4972)

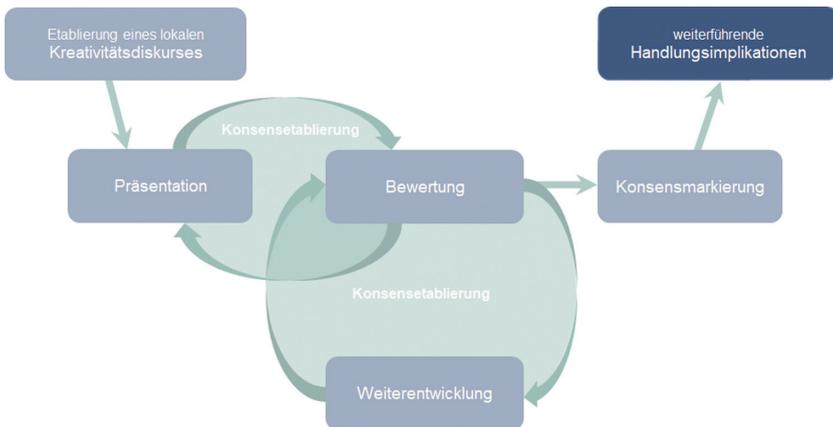
4955 Fra: KURze frage;
 4956 hat _hat _hat euch das feedback weitergeHOLfen;
 4957 also wisst ihr wo ihr hinlaufen sollt,
 4958 ihr braucht nicht aus höflichkeit zu nicken;
 4959 (0.38)
 4960 Fra: weil DAF_ darum gehts ja in diesen runden;
 4961 es geht ja nicht darum;
 4962 (0.35)
 4963 Fra: äh;;
 4964 nur den imperator daumen zu machen;
 4965 also,
 4966 hat euch das nen bisschen;
 4967 (0.22)
 4968 Fra: directTION gegeben,
 4969 (0.78)
 4970 Fra: wirklich?
 4971 ok cool;
 4972 (2.0)

Die Befunde im vorliegenden Kapitel werfen in ihrer Summe ein kritisches Licht auf die in Kapitel 6.5.4.2 adaptierte Version der Kreativitätsdefinition. So erscheinen die Konsensmarkierungen im unmarkierten Normalfall primär als referenzielle Note auf einen Konsensetablierungsprozess, der durch die Konsensmarkierungen als erfolgt gefasst wird. Die eigentliche Verhandlung um die Sollwerte und Aspekte der Hervorbringungen findet allerdings vor der Konsensmarkierung statt. Vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen erscheint es nicht zielführend, die Markierung des Konsenses als Fokuspunkt der Kreativität zu betrachten, wenn im Zuge dieser Markierung primär unspezifisch und übergeordnet auf den vorab inkrementell

und sukzessive etablierten Konsens (Boden 1994, Huisman 2001: 70) verwiesen wird, der sich im Zuge der Präsentationen, Bewertungen und Weiterentwicklungen schrittweise sedimentiert hatte. Die Formulierung eines „zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachte[n] Konsens“ (siehe Kapitel 5.6) vermag in dieser Form die Datengrundlage nicht mehr adäquat zu reflektieren. Daher wird folgende Anpassung der Kreativitätsdefinition vorgeschlagen, welche der Prozessualität einen höheren Stellenwert einräumt:

Kreativität wird als interaktiver Aushandlungs-, Zuschreibungs- **und Konsensetablierungsprozess** über die notwendigen Bedingungen der *Neuheit* sowie der kontextgebundenen *Passung* einer Hervorbringung verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich vollzogen wird.

6.7. Weiterführende Handlungsimplicationen



Die letzte makrostrukturelle Interaktionseinheit, welche sich auf Basis der analysierten Sequenzen des zugrundeliegenden Korpus herausarbeiten lässt und in das Modell eingeflossen ist (siehe Kapitel 6.1), ist die Auflösung des lokalen Kreativitätsdiskurses durch Formulierung der sich aus dem Austausch ergebenden Handlungsimplicationen im Sinne eines „commitment

to future action“ (Huisman 2001: 70). Die Formulierung der Handlungsimplikationen erfüllt im Kern zwei Funktionen (nachfolgend unter 1. und 2. gefasst) – und verweist darüber hinaus (3.) auf die Dialektik der Kreativität (Mahrenholz 2011: 21).

1. Gesprächsbeendigung

Durch die Formulierung der nächsten Schritte (Barnes 2007) wird ein mögliches *pre-closing* (Schegloff/Sacks 1973) vollzogen und damit einhergehend antizipierbar gemacht, dass die Austauschsequenz kurz danach enden wird. Die potenziell interaktionsbeendigende Funktion via Formulierung des weiteren Vorgehens wurde für Mehrparteienkonstellationen in unterschiedlichsten Umfeldern mehrfach herausgearbeitet (Boden 1994, Huisman 2001, Barnes 2007, Asmuss/Svennevig 2009, Nielsen 2009, Deppermann et al. 2010, Mondada 2012a, Svennevig 2012, Cooren 2013) und wird daher im Zuge der Analyse zwar aufgezeigt, steht jedoch nicht dezidiert im Zentrum.

2. Absicherung des Konsenses

In den nachfolgend dargestellten Sequenzen werden die Ergebnisse der Austauschsequenz durch die Interaktionsteilnehmenden in Handlungsimplikationen überführt. In diesem Zusammenhang wird in den Sequenzen notwendigerweise auf vorangegangene Elemente verwiesen, die im Zuge der Austauschsequenz verhandelt wurden (Boden 1994). Durch die Referenzen der Interaktionsteilnehmenden auf spezifische Titel und/oder kategorielle Setzungen der Hervorbringungen unter dem Aspekt ihrer Weiterverfolgbarkeit wird nicht nur auf den sukzessive etablierten Konsens Bezug genommen, sondern dieser nochmals abgesichert.

3. Vagheit

Die Interaktionsbeteiligten tauschen sich im Zuge der Handlungsimplikationsformulierungen auf der verbalen Oberfläche über eine Reihe von handlungsrelevanten Aspekten aus, unter die beispielsweise die Zeit fallen kann, in welcher die Handlung vollzogen werden wird, ferner die Verantwortlichkeiten für die einzelnen Handlungen sowie die Vereinbarung einer weiteren Zusammenkunft. Obleich sich graduelle Unterschiede hinsichtlich der verhandelten Eckdaten festhalten lassen, ist den Sequenzen gemeinsam, dass in ihnen diejenigen Elemente, die im Zentrum dieser projizierten Handlungen stehen, sowie die Handlungsspezifika per se nicht dezidiert konkretisiert

werden. Dadurch ist den Handlungsformulierungen eine systematisch beobachtbare Vagheit inhärent, die auf das der Kreativität „eigene Moment der Freiheit“ (Mahrenholz 2011: 21) verweist. Somit wird die teleologische Prämisse der Effizienzmaxime (vgl. exemplarisch Reckwitz 2014: 10, vgl. auch Lenk 2000: 93) dahingehend relativiert, dass auf diese Weise der „Dauerinnovation“ (Krämer 2015) ein Ausgestaltungsspielraum eingeräumt wird, der nicht bereits vorab durch das „commitment to future action“ (Huisman 2001: 70) eingeschränkt wird.

Als exemplarisch für die oben skizzierten Befunde darf die Schlüsselsequenz gelten, welche wiederum an den Anfang des Kapitels gestellt wird. Im Anschluss an die Diskussion der Schlüsselsequenz werden drei Ausschnitte präsentiert, entlang derer insbesondere der dritte Befund in den Fokus gerückt wird.

6.7.1. Schlüsselsequenz

Der nachfolgende Ausschnitt aus der Schlüsselsequenz (siehe Kapitel 6.2) schliesst direkt an die Konsensmarkierung an, welche in Kapitel 6.6.2 ab Seite 338 dargestellt wurde. Das nahende Ende der Interaktion wurde von Gerhard bereits vorab mit dem Verweis darauf, dass seine zeitlichen Ressourcen limitiert seien, projiziert und im Zuge seines Aufrichtens körperlich untermauert (vgl. Abb. 56). Entlang der sequenziellen Darstellung der Transkriptzeilen 2328–2335 (vgl. Transkript 40) lässt sich einerseits die Formulierung der weiteren Handlungsimplicationen nachzeichnen, die sich auf die Dialektik der Kreativität beziehen lässt, als auch die dadurch offenbar werdende Relevanz der vorherigen Interaktionseinheiten. Die Sequenz lässt sich insofern als exemplarisch beschreiben, als dass nicht nur die Vagheit der Formulierungen, sondern auch die Akzeptanz derselbigen sich im Korpus systematisch nachweisen lässt.

Entlang der sequenziellen Darstellung des Interaktionsverlaufs (siehe Abb. 58) lässt sich festhalten, dass Frank die Handlungsimplicationen formuliert, während die Interaktionsbeteiligten Gerhard und Denis ihre jeweiligen persönlichen Gegenstände zusammenpacken. Betrachtet man die Ausgestaltung der Handlungsimplicationen näher, ist zu konstatieren, dass durch sie zwar vorab etablierte kategorielle Setzungen (vgl. Kapitel 6.4.3.1) wieder aufgenommen werden, die Handlungsspezifika per se allerdings sehr vage gehalten sind. Nebst der doppelten Aufforderung, auf der „*FILM nummer*“

(Zeile 2328, Transkript 40) respektive „*FILM route*“ (Zeile 2333) zu bleiben, verweist Frank noch auf ein Plakat (Zeile 2330), das ein nicht weiter spezifiziertes Kollektiv („*kriegen_wer hIn*“, Zeile 2330) hinbekäme. Nichtsdestotrotz wird die erste Aufforderung, auf der „*FILM nummer*“ zu bleiben, von Denis mit einem kurzen Nicken bedacht sowie die Konstatierung hinsichtlich des Plakats durch ihn verbal ratifiziert (Zeile 2332). Darüber hinaus lässt sich konstatieren, dass keinerlei weitere Begründungen für die Handlungsimplikationen von Frank angeführt oder durch Gerhard oder Denis eingefordert werden. Dieser Umstand lässt sich als deutlicher Hinweis darauf verstehen, dass die gemeinsame Aushandlung um die Weiterverfolgbarkeit der verhandelten Hervorbringungen zu diesem Zeitpunkt abgeschlossen ist, im Zuge der Handlungsimplikationsformulierungen allerdings dergestalt abgesichert wird, dass sie nochmals grundsätzlich die Möglichkeit eröffnet, Einspruch dagegen zu erheben.



Fra: (0.2) und blEibt • auf dieser FILM nummer.
(0.45) NE?
(0.4)



(0.25) en plaKAT kriegen_wer • hIn.



Den: JA.
Fra: (0.2) blEibt auf dieser FILM • route,
(0.15)



(0.99) <<pp> • JA >.



Fra: =wollt ihr die • MITnehmen?
(0.29)
Ger: eh ja;=
Fra: könnt ihr das LEsen?=
Ger: =weiss_ich NICHT,
(0.12)
Fra: also (.) wird sUddenly super HÄSSlich?
Ger:



(0.39) das_is • [die ver]WANDlung,
[ja_ja,]

Abb. 58: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 2328–2335 von A_171116_K6_K7_Newspaper

Betrachtet man die Referenzen, welche Frank im Zuge seiner Intonationsphrasen vornimmt, dann lässt sich zumindest eine der dadurch angesprochenen Hervorbringungen aus dem Interaktionskontext heraus lokalisieren, der in der vorliegenden Studie dargestellt wurde: Im Hinblick auf den gesamten Kontext der Interaktion spricht eine Reihe von Gründen dafür, dass mit dem *FILM* diejenige Hervorbringung referenziert wird, deren Verhandlung und Transformation im Zuge der Analysekapitel 6.4.1, 6.4.2.1, 6.5.1, 6.5.5.1, 6.5.5.2 sowie 6.6.1 nachgezeichnet wurde. Die Referenz auf das Plakat bleibt selbst bei näherer Betrachtung der gesamten Interaktion unspezifisch in dem Sinne, dass sie sich auf verschiedene Hervorbringungen beziehen liesse. Obgleich die Verweisquelle eine Unschärfe aufweist, ermöglicht es die Formulierung „*en plaKAT kriegen_wer hIn.*“ (Zeile 2330), auf die Dringlichkeit und Reihenfolge der zu bearbeitenden Aufgaben hinzuweisen sowie die Verantwortlichkeiten derselben abzuleiten. Demgegenüber erscheint der Film als konkretes Referenzobjekt („*dieser*“, Zeile 2328, 2333), das sich aufgrund der Verbformen und -modi, die auf einen nicht näher definierten Zeitraum in der Zukunft verweisen, im Verantwortlichkeitsbereich von Denis und Gerhard verorten lässt. Das Plakat erweckt in Verbindung mit dem vorangestellten Indefinitpronomen den Anschein, es könne im Zuge einer geteilten Verantwortung bearbeitet werden – und bedürfe keiner unmittelbaren Handlungen von Gerhard und Denis.

Aufgrund des analytischen Aufbaus der vorliegenden Studie (Kapitel 6) stellt die durch „*dieser FILM*“ (Zeile 2328, 2333) vollzogene Referenz im Gegensatz zum Plakat eine einzigartige Möglichkeit dar, den eingangs formulierten Befund des Bezuges der Vagheit und des der Kreativität „eigene[n] Moment[s] der Freiheit“ (Mahrenholz 2011: 21) zu exemplifizieren. Im Gegensatz zu anderen Sequenzen, welche in der vorliegenden Studie jeweils ausschnittsweise diskutiert wurden, um analytische Befunde zu verdichten, wurde die Aus- und Verhandlung der durch Frank referenzierten Hervorbringung in ihrer grösstmöglichen Extension mikroanalytisch transparent gemacht. In der Gesamtbetrachtung der Analysekapitel 6.4.1, 6.4.2.1, 6.5.1, 6.5.5.1, 6.5.5.2 sowie 6.6.1 lässt sich vor diesem Hintergrund festhalten, dass sich die Verweisquellen für die Spezifika des Verbleibens auf der „*FILM route*“ (Zeile 2333) in einer der vorangegangenen Sequenzen verorten lassen sollten, die mittels „*GUte richtung:*“ (Zeile 0655, Transkript 35, Kapitel 6.6.1) markiert sind. Betrachtet man die mikroanalytischen Befunde in ihrer Gesamtheit, lässt sich – sehr reduziert – festhalten, dass durch die Präsentationssequenzen (Kapitel 6.4.1 und 6.4.2.1) ein Bezugsrahmen geschaffen

wurde, auf dem aufbauend diverse Wertprädikationen (Kapitel 6.5.1.) sowie zwei Weiterentwicklungssequenzen (Kapitel 6.5.5.1 und 6.5.5.2) vollzogen wurden. In diesem Zuge liess sich die sukzessive Konsensetablierung um den Aspekt des *Neuen* und differenzierter auch um denjenigen der *Passung* nachzeichnen. Auch wenn die durch Frank formulierten Handlungsaufforderungen dadurch sicherlich auch auf die relevant gesetzten Sollwerte innerhalb der Bewertungssequenzen (vgl. 6.5.1) zurückverweisen, bleibt trotz der Vielzahl der Aspekte, die sich im Nachvollzug der Interaktion herauskristallisierten, doch zu konstatieren, dass sich daraus nur schwerlich einzelne, konkrete Handlungsimplicationen ableiten lassen. Folgt man den Ausführungen zur Konsensmarkierung (vgl. Kapitel 6.6.1), ergibt sich vielmehr eine ganze Bandbreite an möglichen, potenziell anknüpfungsfähigen Weiterführungsoptionen. Es bleibt demnach festzuhalten, dass die Aufforderung, auf „*dieser FILM route*“ (Zeile 2333, Transkript 40) zu verbleiben, selbst mit differenzierter Kenntnis um den vorangegangenen Interaktionsvollzug eine Unschärfe darstellt, die sich nicht auf eine spezifizierbare *Route* reduzieren lässt. Diese Vagheit der Zielsetzung ist auch im Rückgriff auf andere Sequenzen nicht konkretisierbar; so gibt es im gesamten Korpus keinerlei Belege dafür, dass ein Verbleiben auf einer [Kategorie einer Hervorbringungs-]Route als stehender Begriff auf eine rekonstruierbare Praxis oder geteiltes Wissen (Heritage 2012a: 4) im Prozess der Werbemittelentwicklung¹⁹³ (Krämer 2015) verweist. Unter Berücksichtigung des Imperatives der Effizienzmaximierung (Reckwitz 2014: 10, vgl. auch Lenk 2000: 93, Koppetsch 2006a), durch dessen Linse die Austauschsequenzen notwendigerweise mitbetrachtet werden müssen, erscheint die Vagheit von Franks Handlungsformulierung auf Basis der obigen Ausführungen daher ohne Anknüpfung an die Paradoxie der Kreativität (Mahrenholz 2011: 20) widersprüchlich. In Rückbindung daran eröffnet sich allerdings eine gewisse Folgelogik: Wenn ein zentrales Attribut des Kreativen darin besteht, nicht determinierbar und nicht finit zu sein (Lenk 2000: 225, Mahrenholz 2011), und durch die Aufforderung zum kreativen Akt ein erwartbarer Erwartungsbruch relevant gesetzt wird (vgl. Kapitel 6.5), dann kann die Aufforderung selbst nicht determinierend

193 In dem Sinne, dass auf Basis des aktuellen Standes des Projektes deutlich würde, dass nun eine nachfolgende Aktivität gefordert wäre: entweder eine Ausformulierung der Dialoge, ein erster Schritt zu einer potenziellen Umsetzung des Filmes durch Anfertigung eines Storyboards, die Suche nach einer geeigneten Regieverantwortlichen Person oder etwas völlig anderes.

sein – oder ist im Umkehrschluss von einer zwingenden Unschärfe begleitet. Diese folgelogische Lesart lässt sich im oben betrachteten Interaktionsvollzug insofern stützen, als dieser verdeutlicht, dass die Vagheit für die Interaktionsbeteiligten offenbar kein interaktives Problem darstellt, das lokaler Bearbeitung bedarf: Weder werden Nachfragen formuliert, noch expliziert Frank (abseits von einer ko-expressiven gestischen Untermalung, siehe Abb. 58 unten links) in seiner Wiederholung der Aufforderung, auf der Filmnummer(/-route) zu verbleiben, welche Handlungsspezifika dies beinhaltet.

Der oben herausgearbeitete Aspekt lässt sich auch im weiteren Interaktionsverlauf nachzeichnen: Frank bietet die Mitnahme seiner Notizen an, welche er im Verlauf¹⁹⁴ der Austauschsequenz gemacht hat (Abb. 58, dritte Bilderstrecke rechts), und Gerhard nimmt sein Angebot an. Nach einer längeren Klärung zur Lesbarkeit einzelner Buchstaben und Wörter¹⁹⁵ schließt Frank mit den Worten „*ich hab_s euch ja alles geSAGT; aber NEHMT_s ruhig mit;*“ (Zeile 2380f, Transkript 40). Führt man sich nochmals vor Augen, was gesagt wurde (insbesondere Kapitel 6.5.1, 6.5.5.1 und 6.5.5.2), dann lässt sich festhalten, dass Frank, generalisierend gesprochen, verbal vor allem expliziert hat, wie gewisse Elemente der Hervorbringung(en) *nicht* ausgestaltet sein sollten. Die Spezifika der Handlungsimplication sind – so liesse sich Franks Hinweis weiterführen – demnach primär aus dem abzuleiten, was nicht gesagt wurde, wodurch sich ein Freiraum eröffnet, der systematisch Neuerungen (Krämer 2015) ermöglicht.

Hinsichtlich des Erkenntnisinteresses der vorliegenden Studie lassen sich zweierlei Beobachtungen festhalten, deren Tragweite nachfolgend über die oben diskutierte Sequenz hinaus im Zuge der Diskussion weiterer Ausschnitte (Kapitel 6.7.2) verdichtet wird: Erstens macht die Sequenz deutlich, dass die Handlungsimplicationen sich zwar auf einen Konsens um die Weiterverfolgbarkeit gewisser Hervorbringungen sowie (wenn auch ex-negativo) transparent gemachte Sollwerte stützen (siehe insbesondere Kapitel 6.5.1, 6.5.5.1 und 6.5.5.2), der zum Zeitpunkt ihrer Formulierung bereits etabliert ist, entlang dessen sich die Vagheit der Aufforderung allerdings nicht gänzlich auflösen lässt. Dadurch verweist die Unschärfe der Handlungsimplicationen auf ebenjene Paradoxie des Neuen, die bereits im Zuge der Bewertungssequenzen herausgearbeitet wurde: Es ist nicht möglich, vorzugeben, inwiefern

194 Der Akt des Notierens lässt sich beispielsweise in Abb. 55 beobachten.

195 Diese wurde der Übersichtlichkeit halber im Transkript 40 ausgelassen.

eine Neuerung erfolgen sollte, ohne diese bereits vorwegzunehmen – und sie dadurch obsolet zu machen.

Zweitens verweist die Sequenz auf das nahende Ende der Interaktion, das durch die Formulierung der Handlungsimplicationen relevant gesetzt wird. Diese Antizipierbarkeit der Auflösung der Interaktionskonstellation, welche bereits durch Gerhard verbal sowie körperlich (vgl. Abb. 58) projiziert wurde, lässt sich nebst der oben erwähnten Beobachtungen auch entlang des Hinzukommens einer weiteren Person nachzeichnen. Auf diese Weise lässt sich der Befund der prospektiven Implikation der Handlungsformulierungen unterstreichen. Noch während Frank im Begriff ist, die weiteren Handlungsimplicationen zu formulieren, und Gerhard und Denis ihre Sitzpositionen verlassen, betritt eine weitere Person den Raum (Abb. 58) und bleibt wartend neben den mittlerweile um den Tisch stehenden Interaktionsbeteiligten stehen. Wie im Zuge der Raumanalyse (Kapitel 3.6.3) festgehalten wurde, schliesst das Büro der CD ohne trennende Tür direkt an das Grossraumbüro (Kapitel 3.6.2) an und ist nur durch eine bis zur Decke reichende Schrankwand visuell davon abgeschirmt. Dadurch sind auditive Signale im Bürobereich der Kreation durchaus wahrnehmbar, und ein Ausschnitt des Büros ist visuell zugänglich. Dass all die oben beschriebenen Tätigkeiten ein nahendes Ende der Austauschsequenz projizierten, lässt sich also nicht nur mikroanalytisch entlang der pre-closing-Signale (Schegloff/Sacks 1973: 303) nachzeichnen, sondern auch entlang der antizipatorischen Handlung ebendieser Person, das Büro zu betreten, indexikalisch festmachen.

Transkript 40: A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 2328-2381)

2328 Fra: (0.2)und blEibt auf dieser FILM nummer.
 2329 (0.45)NE?
 2330 (0.25)en plaKAT kriegen _ wer hIn.
 2331 (0.4)
 2332 Den: JA.
 2333 Fra: (0.2)blEibt auf dieser FILM route,
 2334 (0.99)<<pp> JA >.
 2335 (0.15)
 2337 Fra: =wollt ihr die MITnehmen?
 2338 (0.29)
 2339 Ger: eh ja;=
 2340 Fra: könnt ihr das LEsen?=
 2341 Ger: =wEiss _ ich NICHT,
 2342 (0.12)

2343 Fra: also (.) wird sUddenly super HÄSSlich?
 2344 (0.39)das _ is [die ver]WANDlung,
 2345 Ger: [ja _ ja,]
 2346 Fra: (0.49)ä:hm;;
 2347 (1.96)
 ((Auslassung))
 2380 Fra: ich hAb _ s euch ja alles geSAGT;
 2381 aber NEHMT _ s ruhig mit;

6.7.2. Vagheit oder die inhärente Dialektik des Kreativen

Entlang der nachfolgenden Sequenzen werden die eingangs formulierten Befunde (Kapitel 6.7) verdichtet, wobei ein besonderer Fokus auf die Anbindung der den Handlungsformulierungen inhärenten Vagheit an die Dialektik des Kreativen (Mahrenholz 2011: 21) gelegt wird. Den Auftakt dazu bildet eine Sequenz, die aus dem Terry-Korpus (siehe Datenerhebung „Terry“, Kapitel 3.3) stammt und sich im Kreativraum nach dessen Umbau (vgl. Abb. 2, Seite 39) abspielt. Die direkt an den Ausschnitt (Transkript 41) vorangegangene Konsensmarkierungssequenz wurde in Kapitel 6.6.2 bereits diskutiert (siehe Seite 342).

Die Sequenz ermöglicht es, die Beobachtungen in der Schlüsselsequenz kritisch zu kontrastieren. Somit werden nachfolgend graduelle Unterschiede zur Schlüsselsequenz (Kapitel 6.7.1) herausgearbeitet, welche unter anderem die vordergründige Explizitheit der geplanten Schritte umfassen, welche die Interaktionsbeteiligten für die Zukunft transparent machen, ferner den zeitlichen Rahmen, innerhalb dessen dies geschehen soll, und schliesslich auch die Konkretisierung der jeweiligen Verantwortlichkeiten. Neben der Bestimmbarkeit ebendieser Faktoren, die für die weiteren Handlungen relevant erscheinen, wird auch in diesem Austausch nachgezeichnet, dass sich eine kontinuierliche Rückbezüglichkeit und eine derartige erneute Absicherung des Konsenses hinsichtlich der konkreten Elemente beobachten lässt, welche in der Zukunft bearbeitet werden – und dass diese Referenzen trotz der damit einhergehenden Vagheit nicht weiter expliziert werden.

Transkript 41: T_171031_K1_Früchte (Zeilen 712-736)

712 GER: [(ich tät _ s) jetz _ AU no;]
 713 HAN: [äm:,]
 714 GER: mol UFschri:be::,

- 715 HAN: genau (.) AUFschreiben,
 716 und ich würd gern nochmal ne runde:: (nur) WORDing?
 717 GER: [mhm,]
 718 HAN: [(0.9)]machen,
 =und kann kanmer noch gucken ob man aus dem
 WORDing nochmal:,
 719 (0.83)(was) ABleiten kann;
 720 GER: wilsch das MORN mache?
 721 ja jetzt nix (.) würds:;
 722 HAN: noch _ne halbe;
 723 GER: [oke (.) isch guet,]
 724 HAN: [STUNde oder so;;]
 725 dann könn _wer morgen gucken ob was dabei;
 726 GER: [jo;]
 727 HAN: [is;]
 728 (1.56)jo;
 729 können wir mal kurz das (.) ABfotografieren weil,
 730 du machst dann wahrscheinlich AUCH kleinere skizzen oder?
 731 GER: [mhm,]
 732 HAN: [also dann hast _ja,]
 733 ((unverständlich))dann KANN ich ja:: das mal als-
 734 TEXTli fest halten,
 735 (0.68)das war alles (.) ne?
 736 GER: mhm,
 ((Auslassung persönliches Gespräch))
 791 GER: COOL,
 792 danke vielMOL?
 793 HAN: ja-
 794 BIS morgen dann;
 795 GER: bis MORgen,

Der Aspekt der Rückbezüglichkeit und der damit einhergehenden Abstützung auf einen bereits erfolgten Konsens lässt sich bereits entlang der ersten vier oben abgedruckten Intonationsphrasen nachzeichnen: So hält Geraldine fest, dass sie *es* (Zeile 712, Transkript 41) aufzuschreiben gedenke, was Hannah wiederholend bekräftigt (Zeile 715). In diesem Zuge konkretisiert Geraldine nicht nur explizit die beabsichtigte Tätigkeit des Aufschreibens, sondern markiert sich gleich selbst als Verantwortliche für diese Tätigkeit, was – so lässt sich Hannahs Intonationsphrase unter Berücksichtigung der paraverbalen Aspekte deuten – grundsätzlich Zustimmung von Hannah erfährt. Dadurch wird der Konsens um die Weiterverfolgbarkeit erneut markiert – und durch die Ratifizierung abgesichert. Nicht geklärt wird von Geraldine

allerdings, worauf sich *es* bezieht, welche Extension *es* hat und inwiefern der Akt des Aufschreibens ein relevanter Schritt für das – in der Diktion der Interaktionsbeteiligten (vgl. Kapitel 6.6) – weitere Voranschreiten im Prozess der Werbemittelentwicklung ist. Ungleich der Schlüsselsequenz (Kapitel 6.7.1) lässt sich die Vagheit in dieser Sequenz allerdings weitestgehend auflösen: das, was aufschreibenswert ist, erscheint im Interaktionsverlauf als ausgehandelte, für beide Interaktionsbeteiligten verfügbare Grösse, wodurch die Relevanz der vorangegangenen makrostrukturellen Interaktionseinheiten und der damit einhergehenden Konsensetablierung unterstrichen wird, die hier erneut durch reziproke Ratifizierung abgesichert wird. Andererseits lässt sich die Tätigkeit des Aufschreibens kontextspezifisch auf Praktiken beziehen, die im Hinblick auf ihre verbale Transparentmachung eine prozessual für die Werbemittelentwicklung oder zur Erfüllung gewisser organisationaler Anforderungen der Dokumentation relevante Stellung¹⁹⁶ einnehmen.

Trotz der oben ausgeführten, spezifizierenden Rückbezüglichkeit ist die Vagheit der Handlungsimplikationen in oben abgedruckter Sequenz auf eine vorab erfolgte Konsensetablierung um die konkreten Aspekte der weiteren Schritte sowie über ein geteiltes Wissen, das über den Prozess der Werbemittelentwicklung hinausgeht, latent auf die Dialektik des Kreativen (ebd.) bezogen. Dies lässt sich entlang des weiteren Interaktionsverlaufs mehrfach nachzeichnen. So verweist Hannah im nächsten Schritt auf eine nicht näher ausgeführte Praxis des „*WORDing*“ (Zeile 716), das sie „*gern nochmal ne runde*“ machen wolle. Dass die mit *WORDing* bezeichnete Handlung für Geraldine offenbar keine erklärungsbedürftige Grösse darstellt, lässt sich entlang ihrer Reaktion auf diese Ansage festmachen; sie erfragt einzig, ob Hannah „*das MORN mache*“ (Zeile 720) wolle. Im selben Zuge lässt sich allerdings auch festhalten, dass das *Wording* als grundsätzlich ergebnisoffene Tätigkeit markiert wird – deren Ausgang nicht gesichert erscheint, selbst wenn er im Prozess eine potenziell relevantes Element darstellt „*=und kann kanmer noch gucken ob man aus dem WORDing nochmal; (0.83) (was) ABleiten kann;*“ (Zeilen 718f).

Die Vagheit des Ertrages der bis zu diesem Punkt formulierten nächsten Schritte verdeutlicht sich auch im weiteren Verlauf. Nach der anschliessenden, von Geraldine relevant gesetzten Klärung dessen, wann Hannah dieses *Wording* durchführen werde, wird explizit gemacht, dass ein erneuter

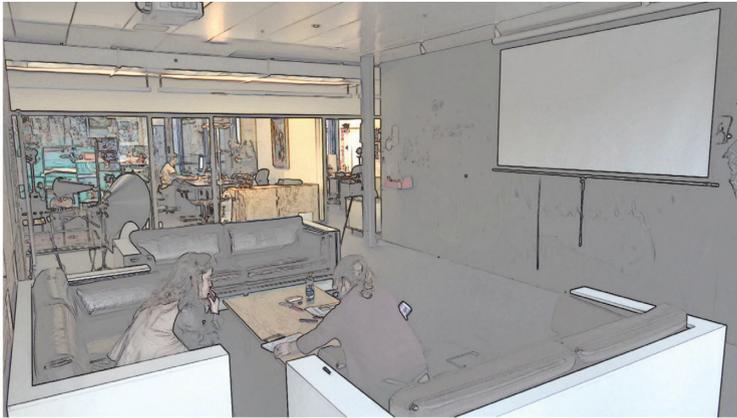
196 Für beide skizzierten Optionen gibt es Anhaltspunkte im Korpus, welche dies auch in anderen Sequenzen nahelegen.

Austausch am kommenden Tag stattfinden werde (Zeile 725) – um dann zu „gucken ob was dabei;“ sei (Zeile 725). Diese Ausführung verdichtet das Bild der systematisch beobachtbare Vagheit hinsichtlich der Handlungsimplicationen. Bis zu diesem Punkt haben die Formulierungen deutlich vor Augen geführt, dass das Ergebnis, welches dem von Hannah geplanten *Wording* entspringen wird, sich nicht mit Sicherheit antizipieren oder gar konkret fassen lässt. Vielmehr kann das Ergebnis der Tätigkeit¹⁹⁷ in Anknüpfung an das in den vorangegangenen Kapiteln entwickelte Verständnis um die Ausgestaltung dieser Austauschsequenzen dergestalt gefasst werden, dass es eine potenzielle Hervorbringung darstellt, die, sofern sie sich als präsentabel herausstellt, im Zuge einer nun geplanten Austauschsequenz verhandelt werden muss.

Nach einer längeren verbalen Pause (Zeile 728) fotografiert Hannah die im Zuge der Austauschsituation entstandenen Notizen mit ihrem Mobiltelefon ab (siehe Abb. 59), damit Geraldine „*kleinere skizzen*“ (Zeile 730, Transkript 41) anfertigen und Hannah „*das mal als – TEXTli fest halten*“ (Zeile 734) kann. Auch wenn sich diese Bezugnahmen, im Unterschied zu den vorherigen, auf die externe Ressource des Notizblocks¹⁹⁸ beziehen lassen (verdeutlicht durch Abb. 59), wird selbst nach erneuter Überprüfung des vorangegangenen Interaktionsverlaufs aus einer externen Perspektive nicht ganz ersichtlich, welche der verschiedenen auf dem Notizblock versammelten Skizzen (nochmals?) skizziert werden sollen, inwiefern diese in Texte überführt werden können und weshalb die gleichzeitige Verfügbarkeit der auf dem Notizblock vorhandenen Elemente, welche durch das Abfotografieren erreicht wird, für den Prozess eine Notwendigkeit darstellt. All diese potenziellen Probleme, welche sich aus einer externen analytischen Perspektive an die Sequenz herantragen lassen, stellen – so verdeutlicht der interaktive Vollzug – für die Interaktionsbeteiligten zumindest insofern keine Schwierigkeiten dar, als keine lokale Bearbeitung stattfindet, sondern Hannah (Zeile 735) nach einer expliziten Frage nach „*mentioned mentionables*“ (Schegloff/Sacks 1973: 304) die Interaktionssequenz via Verabschiedungsformel auflöst (Zeilen 791–795).

197 Es lässt sich nicht mit Sicherheit sagen, ob das „gucken ob was dabei;“ sei (Zeile 725), sich nicht auch auf den Prozess des Aufschreibens bezieht. Deshalb wird hier von einer Tätigkeit im Singular gesprochen.

198 Die Inhalte des Notizblockes sind dem Verfasser der vorliegenden Studie bekannt, dürfen hier allerdings nicht abgedruckt werden.



HAN: können wir mal kurz das • (.) ABfotografieren weil,

Abb. 59: Darstellung der Transkriptzeile 729 von T_171031_K1_Früchte

Die Formulierung der Handlungsimplikationen, die sich aus der Austauschsequenz ergeben, gestaltete sich hinsichtlich der verhandelten Eckdaten bezüglich der dadurch erreichten Klärung, was von wem wann getan werde, im Vergleich zur Schlüsselsequenz (Kapitel 6.7.1) expliziter. So wurden sowohl ein Zeitpunkt für das nächste Treffen vereinbart als auch nebst Verantwortlichkeiten konkrete Handlungen benannt. Gleichzeitig wurde im Nachvollzug der Sequenz darauf hingewiesen, dass diejenigen Elemente, entlang welcher die – teils explizit als ergebnisoffen markierten – Schritte vollzogen würden, sich nicht konkret rekonstruieren lassen. Dies unterstützt den eingangs formulierten Befund, dass sich selbst im Zuge der oben beobachtbar expliziteren Handlungsimplikationsformulierungen eine Vagheit hinsichtlich der formulierten Handlungen und involvierten Elemente beobachten lässt. Diese Vagheit eröffnet einen Interpretationsspielraum, der nicht als zu klärendes interaktives Problem, sondern, überspitzt in Rückbindung an die in den Bewertungssequenzen herausgearbeiteten Befunde (vgl. Kapitel 6.5) formuliert, einen notwendigen Spielraum der dadurch generierten Hervorbringungen hinsichtlich der Aspekte des *Neuen* und der *Passung* darstellt.

Die obigen Beobachtungen lassen sich entlang des nachfolgenden Ausschnitts aus einer Austauschsequenz zwischen den beiden CD der Werbeagentur Athene (Kapitel 3.6.3) stützen, deren Anfang in der vorliegenden Studie im

Kapitel 6.3.2.1 bereits diskutiert wurde. Das von Frank zur Initiierung eines Austauschs angeregte *brainstorming* (vgl. Seite 162f) wird zu einem Zeitpunkt erneut betrachtet, zu dem, wie die über achtsekündige verbale Abstinenz (Schmitt 2004: 57) zu Beginn der nachfolgenden Sequenz (Abb. 60, obere Bilderstrecke, links) verdeutlicht, keiner der beiden in den Austausch direkt involvierten Interaktionsbeteiligten¹⁹⁹ einen nächsten Turn relevant setzt.



(8.24) •

F: (0.2) let_s do THIS.



(0.1) • (0.1)



NO • let_s do this;



F: (1.01) and (.) • WHY,
we get an appROval or not,=
=we (.) don_t have to stop think[ing;]

E: [ya][_i get that;]

F: we can stop;

E: • ya.

(3.43) •

Abb. 60: Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 208–217 von A_171115_K6_Surf

199 Es ist noch eine dritte Person im Raum anwesend, die in Abb. 60 in der zweiten Bilderstrecke an der hinteren Wand des Büros sitzt. Diese Person ist zu diesem Zeitpunkt der Interaktion allerdings konsequent auf ihren Computerbildschirm fokussiert und mittels kleiner Kopfhörer zumindest partiell auditiv vom Geschehen abgeschnitten. Deshalb wird sie in die nachfolgende Analyse nicht dezidiert miteinbezogen.

Sowohl der am Arbeitsplatz sitzende Eddie als auch Frank, der mit dem Rücken zur Kamera 6 (vgl. Abb. 7, Seite 58) am runden Tisch sitzt, haben ihre Blicke jeweils voneinander abgewendet und betrachten einen nicht näher spezifizierbaren Punkt. Die körperlichen Haltungen der beiden Interaktionsbeteiligten sowie ihre blicklich projizierte Ausrichtung lassen sich näherungsweise als Markierung einer jeweiligen Involviertheit in einen inneren Prozess (vergleiche hierzu auch Nöbauer 2013: 36–39), respektive als „eingeschränkte Erreichbarkeit“ (Schmitt 2004: 67), beschreiben. Nach etwas mehr als acht Sekunden hebt Eddie die Finger seiner linken, am Tisch aufgestützten Hand und setzt diese anschliessend, beginnend mit dem kleinen Finger, der Reihe nach hörbar auf den Tisch ab.

Simultan zum Aufsetzen des Zeigefingers auf die Tischplatte formuliert Frank akzentbetont ein „NO“ (Zeile 208, Transkript 42) und äussert daraufhin zweifach die kollektiv ausgerichtete Aufforderung „*let_s do this*“ (Zeile 208f, Transkript 42). Zentral für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Studie ist hierbei, dass weder „*this*“ noch das Bedeutungsspektrum von „*do*“ körperlich oder verbal konkretisiert werden. Somit ist die Aufforderung als eine generelle zu verstehen, die initial zur Diskussion gestellten Hervorbringungen (vgl. Kapitel 6.3.2.1) weiterzuverfolgen – obgleich im Verlauf der gemeinsamen Verhandlung verschiedene Probleme hinsichtlich ihrer Ausgestaltung herausgearbeitet wurden. Franks weiteren Ausführungen ist zu entnehmen, dass die beiden Interaktionsbeteiligten sich im Zuge der Austauschsequenz darauf geeinigt hatten, eine zusätzliche Genehmigung einer externen Instanz zur Weiterverfolgung der Hervorbringungen einzuholen²⁰⁰ (Zeile 212), bis zu deren Entscheidung das Weiterdenken nicht gestoppt werden müsse (Zeile 213). Parallel dazu lässt sich beobachten, wie die Interaktionsteilnehmenden sich wieder ihren jeweiligen Arbeitsplätzen und Bildschirmen zuwenden und ihre vorab im Zuge der Austauschsequenz unterbrochene Tätigkeit wiederaufnehmen (Abb. 60, vgl. hierzu auch Abb. 24 auf Seite 163) – was die eingangs formulierte *pre-closing*-Funktion (Schegloff/Sacks 1973) der Handlungsimplicationsformulierungen unterstreicht.

Nebst der interaktionsauflösenden Funktion lässt sich die oben bereits mehrfach herausgearbeitete Vagheit der Handlungsimplicationen festhalten: Die durch Frank formulierte, sich aus der Austauschsequenz ergebende Handlungsimplication stellt im Kern, folgt man seinen Ausführungen, ein

200 In Gesamtbetrachtung lässt sich rekonstruieren, dass es dabei um eine generelle Akzeptanz der Hervorbringung als solche durch den Kunden geht.

von einem „we“ zu vollziehendes „*thinking*“ (Zeile 212, Transkript 42) dar. Während sich das „we“ mikroanalytisch relativ zweifelsfrei auf Eddie und Frank bezogen rekonstruieren lässt, markiert die von Frank nicht zu unterbrechende zukünftige Handlung des „*thinking*“ eine Rückbezüglichkeit auf die gesamte Interaktionssequenz – wodurch der Akt des gemeinsamen Denkens (gegebenenfalls auch im Sinne eines *brainstormings*, vgl. Kapitel 6.3.2.1) als Referenz markiert wird. Aus dieser Perspektive erscheint die Aufforderung, nicht mit dem Denken aufzuhören, nicht nur aufgrund der dadurch implizierten Ergebnisoffenheit in mehreren Dimensionen vage, sondern auch hinsichtlich der nicht weiter ausgeführten Zielsetzung des Denkens. Dennoch stellt sie für die beiden Interaktionsbeteiligten, wie die Interaktionssequenz verdeutlicht, keinerlei Probleme dar, die interaktiver Bearbeitung bedürften.

Transkript 42: A_171115_K6_Surf (Zeilen 208-217)

208 (8.44)
 209 F: NO let _s do this;
 210 (0.2) let _s do THIS.
 211 (1.01) and (.) WHY,
 212 we get an appROval or not,=
 213 =we (.) don _t have to stop think[ing;]
 214 E: [ya]
 [_i get that;]
 215 F: [but if it _s a]NO,
 216 we can stop;
 217 E: ya.

Auch wenn in den obigen Sequenzen die sich aus dem Austausch ergebenden Handlungsimplicationen entweder von einer organisational gleichgestellten Person (Transkript 41 sowie Transkript 42) oder einer hierarchisch höher gestellten Instanz (Kapitel 6.7.1) formuliert wurden, ist darauf hinzuweisen, dass die Vagheit der Handlungsimplicationsformulierungen sich nicht auf ein hierarchisches Verhältnis zwischen der handlungsimplicationsformulierenden Instanz und den anderen Interaktionsbeteiligten reduzieren lässt. Um diesen Punkt zu verdeutlichen, stellt die Sequenz, mit deren Betrachtung dieses Kapitel abschliesst, eine Konstellation dar, in welcher sehr unterschiedliche Senioritätsstufen vertreten sind und in der die Formulierung der Handlungsimplicationen unter anderem von Personen vollzogen wird, die in der internen Organisationshierarchie tiefer stehen.

Der Ausschnitt (Transkript 43) stammt aus dem Terry-Korpus (Kapitel 3.3) vor dem Umbau des Kreativraumes (Kapitel 3.4) und ist am Ende einer über anderthalbstündigen Austauschsequenz zu verorten. Um das Argument um die Hierarchieunabhängigkeit der beobachtbaren Vagheit der Handlungsimplicationsformulierungen zu verdeutlichen, seien folgende Kontextinformationen vorangestellt: Die Verantwortung für das Projekt, dessen Bearbeitung im Zentrum des Austausches steht, hat Zara (Zar). Karoline (Kar) ist in einer ihr gleichgestellten Position, Livio (Liv) und Hans (Han) sind in einer Berufseinsteiger_innenposition angestellt. Am Austausch sind insgesamt acht Personen beteiligt.

Transkript 43: T_160107_K6_Extravaganz (Zeilen 5612-5625)

5612 Zar: wa DENked ihr bis wenn,
 5613 (0.97)wenn wömmmer eus wieder ZEMme setzä;
 5614 bis WÄNN chömmmer chli öppis so ungefähr ha.
 5615 (1.3)
 5616 Kar: ä:m (0.2) am DIENStag?
 5617 Zar: guet.
 5618 Liv: (0.3)denn denk ICH am _ äh dings [(.)] vis[ual] wiiter;
 5619 Han: [jo] [ich]
 5620 ich SCHAU sonst mal;
 5621 äh (0.21) ob sich (noch) was TEXTliches
 raushol _ n lässt,
 5622 Zar: guet;
 5623 (0.56) guet;
 5624 (1.2) also,
 5625 DANke vielmals eu;

Entlang des oben abgedruckten Verbaltranskripts lässt sich nachzeichnen, dass die Interaktionsteilnehmenden auch in diesem Ausschnitt klären, wann sie sich wieder treffen werden – und welche Schritte bis dahin erfolgt sein werden. Im Unterschied zu den vorangegangenen Ausschnitten fällt auf, dass die Entscheidung über den Zeitpunkt des nächsten Treffens von Zara als offene Frage an die anderen Interaktionsteilnehmenden gestellt wird (Zeile 5613) – und an das Erreichen eines bis dahin erfolgten Fortschritts geknüpft ist. Die Formulierung der Projektverantwortlichen, was bis zum nächsten Zusammenkommen erreicht sein sollte, spricht im Hinblick auf ihre Vagheit („bis WÄNN chömmmer *chli öppis so ungefähr ha.*“, Zeile 5614) für sich selbst – löst allerdings, abgesehen von einer längeren verbalen Pause,

während derer sich ein koordiniertes Blickabstimmungsverhalten der Sprecher_innenwechselklärung beobachten lässt, keinerlei konkretisierenden Nachfragen aus, sondern wird von Karoline mit einer expliziten Antwort bedient („*ä:m (0.2) am DIENStag?*“, Zeile 5616).

Nach der Ratifizierung dieses Vorschlages durch Zara (Zeile 5617) lassen sich zwei selbstinitiierte Handlungsimplicationsformulierungen der hierarchieniedrigeren Personen beobachten, wobei sowohl diejenige von Livio („*denn denk ICH am_äh dings (.) visual wiiter;*“, Zeile 5618) sowie die daran anschliessende von Hans („*ich SCHAU sonst mal; äh (0.21) ob sich (noch) was TEXTliches raushol_n lässt,*“, Zeile 5621) die Ergebnisoffenheit des „commitment to future action“ (Huisman 2001: 70) nicht nur dichotomisch (es lässt sich etwas textliches rausholen; oder auch nicht) widerspiegeln, sondern auch in ihrer Extension (es wird weitergedacht). An dieser Stelle lässt sich auch nachzeichnen, dass sowohl Zaras als auch Livios und Hans' Handlungsimplicationsformulierungen auf einen vorab etablierten Konsens darüber verweisen, dass es etwas zu haben gibt (Zeile 5614), ein *visual* weiterverfolgenswert (Zeile 5618) und noch „*TEXTliches*“ (Zeile 5612) rauszuholen ist. Dieser Konsens wird durch die erneute Verbalisierung (nochmals) abgesichert.

Ohne auf Basis der gesammelten Betrachtung oben ausgeführter Beobachtungen die These stützen zu wollen, dass sich Kreativität grundsätzlich durch Darwins Theorie der „*Origin of Species*“ (Darwin 1876) erklären liesse, hat die metaphorische Anbindung an die evolutionären Mechanismen durchaus das Potenzial, die skizzierten Beobachtungen im Kontext des Modells (Kapitel 6.1) gebündelt auf den Punkt zu bringen: In Anlehnung an Simonton (2009) lässt sich zusammenfassend formulieren, dass die Austauschsequenzen einen Selektionsprozess der Ideen darstellen (Kapitel 6.5), weshalb der anschliessenden – frei nach Darwin – ‚blinden‘ Phase der Ideengenerierung, die sich auf das zuvor selektierte Material stützt, eine relative Ungerichtetheit zugrunde liegt, ohne die der weitere Prozess zum Erliegen käme. Und ebendies spiegelt sich in den oben diskutierten Sequenzen und der darin nachgezeichneten Vagheit der Formulierungen der Handlungsimplicationen wider, die sich aus den Austauschsequenzen ergeben – sie basieren auf einem vorab etablierten Konsens eines Selektionsprozesses, und weisen dennoch das Moment der Ergebnisoffenheit des weiteren Fortgangs auf.

7. Kreativität im Kontext

Kreativität als interaktives Geschehen zu fassen und in nicht elizitierten Interaktionen nachzuzeichnen, ist ein anspruchsvolles Unterfangen. Die vorliegende Studie zeigt einen interaktionslinguistischen Zugang zur Kreativindustrie (Caves 2000, Florida 2002, Krämer 2014, Reckwitz 2014: 10, Krämer 2015, 2017) auf, durch welchen die Verhandlung von Kreativität als solche in den Fokus gerückt wird. Auf Basis interdisziplinärer Überlegungen zur Kreativität (siehe Kapitel 4) wurde dazu eine interaktionslinguistisch anknüpfungsfähige Kreativitätsdefinition hergeleitet (Kapitel 5). Die mittels dieses heuristischen Ausgangspunkts selektierten Daten stammen aus einem eigens für diese Studie erhobenen Korpus (Kapitel 3). Im Zuge eines iterativen Verfahrens (siehe Abb. 13) wurden daraus relevante Sequenzen eruiert, transkribiert und auf die ihnen zugrundeliegende interaktive Struktur hin überprüft. Die Ergebnisse wurden zu einem Modell verdichtet, welches den Zuschreibungs- und Aushandlungsprozess von Kreativität innerhalb der analysierten Austauschsequenzen abbildet (Kapitel 6.1). Die Herleitung dieses Modells und die ihm zugrundeliegenden Befunde wurden in den vorangegangenen Analysekapiteln (Kapitel 6.3–6.7) auf Basis mikroanalytischer Sequenzanalysen dargestellt, untermauert und kontextualisiert.

Das Ziel dieses abschliessenden Kapitels besteht darin, die massgeblichen Leistungen der vorliegenden Studie an die aktuelle Forschungsdebatte zurückzubinden und Implikationen der Befunde aufzuzeigen. In diesem Zuge wird hervorgehoben, inwiefern die Kreativitätsdefinition (Kapitel 7.1), die mikroanalytisch nachvollzogenen Mechanismen der analysierten Austauschsequenzen sowie die im Modell verdichteten Befunde der Untersuchung (Kapitel 7.2) einen Beitrag zum vertieften Verständnis jener ökonomischen Bereiche leisten, welche interaktiv erarbeitete, kreative Hervorbringungen zu ihrem Geschäft gemacht haben. Abschliessend wird herausgearbeitet, dass insbesondere ein auf nicht elizitierten Videodaten basierender Ansatz, der sich der multimodalen Komplexität der Interaktion nicht nur annimmt, sondern sie sogar als gegenstandskonstitutiv versteht, eine wertvolle Erweiterung des methodischen Repertoires darstellt, um die Komplexität des Phänomens der Kreativität in ihrem Vollzug transparent zu machen.

7.1. Rückbindung der Kreativitätsdefinition

Eines der zwei formulierten Ziele (vgl. Kapitel 1.1) der vorliegenden Studie bestand darin, eine interaktionslinguistische Definition von Kreativität vorzuschlagen, welche sich sowohl aus der interdisziplinären Forschungsliteratur speist und vom Datenmaterial irritiert werden kann als auch eine Basis für andere interaktionslinguistische Untersuchungen bietet.

In der interdisziplinären Theorieübersicht wurde herausgearbeitet, dass im fragmentierten Forschungsdiskurs um das Phänomen der *Kreativität* eine Vielzahl an Definitionen koexistieren, die sich nicht nur zwischen, sondern auch innerhalb der sich damit befassenden akademischen Fachbereiche in wesentlichen Punkten unterscheiden (Kapitel 4). Um eine genaue Begriffssarbeit und die damit einhergehende Verortung des Phänomens *Kreativität* für die Analyse gewährleisten zu können, wurde anhand der panoptischen Darstellung verschiedener Perspektiven auf das Phänomen der Kreativität ein Ankerpunkt gesetzt, welcher einen interaktionslinguistisch anknüpfbaren Ausgangspunkt für die mikroanalytische Aufarbeitung der Daten darstellte. Dieser wurde, einen praxeologisch inspirierten Weg einschlagend (Schmidt 2012), im Zuge der Analyse kontinuierlich angereichert, destabilisiert und restrukturiert (siehe Kapitel 2.2).

Diese arbeitsheuristische Definitionsgrundlage, welche den Ausgangspunkt für die analytische Aufarbeitung der eruierten Sequenzen bildete, fusste auf fünf Standpfeilern (siehe Kapitel 5.1–5.5) und spiegelte die Bestrebung wider, ein Abbild der interdisziplinären Recherche im Sinne eines interaktionsanalytisch anschlussfähigen kleinsten gemeinsamen Nenners darzustellen – und gleichzeitig so formuliert zu sein, dass sie auf Irritationen der Analyseresultate (vgl. ebd.) eingehen und im Zuge der Analyse adaptiert werden konnte. Diese als Arbeitsheuristik verstandene Kreativitätsdefinition präsentierte sich in ihrer theoriebasierten Form folgendermassen:

Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendige Bedingung der *Neuheit* einer Hervorbringung verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich hergestellt wird.

Anpassungen der Kreativitätsdefinition

Im Zuge der Analyse wurden an drei Stellen Befunde aus dem Datenmaterial in die Kreativitätsdefinition überführt.

Die erste derartige Adaption erfolgte im Verlauf der Analyse der Präsentationssequenzen (Kapitel 6.4). In diesem Rahmen wurde deutlich, dass die Definitionsgrundlage zwar den Wert des Neuen als Prämisse abzubilden vermochte, den als Ausschlusskriterium herausgearbeiteten Aspekt der *Passung*, der nicht zuletzt in den selbstevaluativen Sequenzen als relevant markiert wurde (vgl. Kapitel 6.4.3), hingegen nicht erfasste. Daher wurde nachfolgende Anpassung der Kreativitätsdefinition formuliert:

Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendige Bedingung der *Neuheit* einer Hervorbringung **unter Berücksichtigung ihrer kontextgebundenen Passung** verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich hergestellt wird.

Diese Anpassung wurde als These gefasst, die im Zuge der nachfolgenden Analyse der Bewertungssequenzen (Kapitel 6.5) bekräftigt werden konnte. Über die Bestätigung der Anpassung hinaus zeigte sich entlang der analytischen Aufarbeitung der Bewertungssequenzen deutlich, dass sowohl die *Passung* als auch ihre *Kontextgebundenheit* mitunter als ausschlaggebendes Kriterium verhandelt wurde. So führte der Umstand, dass die Interaktionsteilnehmenden in den Bewertungssequenzen gewissen Hervorbringungen zwar grundsätzlich den Aspekt des *Neuen* zusprachen, die Neuerung allerdings den Rahmen der *Passung* sprengte, in gewissen Konstellationen zu einer Ablehnung der Hervorbringung (vgl. insbesondere Kapitel 6.5.4.2). Auf Basis dieser Befunde wurde die Definition dergestalt adaptiert, dass dem Aspekt der *Passung* eine Stellung eingeräumt wurde, die der Bedingung des *Neuen* gleichwertig war:

Kreativität wird als zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachter Konsens eines interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses über die notwendigen Bedingungen der *Neuheit* **sowie der kontextgebundenen Passung** einer Hervorbringung verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich hergestellt wird.

Die dritte Anpassung der Kreativitätsdefinition erfolgte auf Basis der Diskussion der Konsensmarkierungen, entlang derer herausgearbeitet wurde, dass die Konsensmarkierungen in ihrem unmarkierten Normalfall rekurrent auf zuvor erfolgte Konsensetablierungen rückverwiesen. Dies warf ein kritisches Licht auf die bisherige Kreativitätsdefinition, da die Formulierung eines „zu einem gegebenen Zeitpunkt relevant gemachte[n] Konsens“ in dieser Form die Datengrundlage nicht mehr adäquat zu reflektieren vermochte. Weil in den Austauschsequenzen nicht erst durch verbale Explizierung ein Konsens ausgehandelt und dergestalt etabliert wurde (vgl. Kapitel 6.6), sondern sich dieser im Verlauf der Aus- und Verhandlung einer Hervorbringung in Bezug auf die Aspekte der Passung und der Neuheit sukzessive sedimentierte (vgl. beispielsweise Kapitel 6.5.2.1), wurde die Kreativitätsdefinition auf Grundlage dieses Umstandes wie folgt adaptiert:

Kreativität wird als interaktiver Aushandlungs-, Zuschreibungs- **und Konsensetablierungsprozess** über die notwendigen Bedingungen der *Neuheit* sowie der kontextgebundenen *Passung* einer Hervorbringung verstanden, der durch die Interaktionsbeteiligten im Rückgriff auf multimodale Ressourcen aktiv und kontinuierlich vollzogen wird.

Diese dritte Anpassung der Definition liess sich im Zuge der Analyse der Handlungsimplicationen, welche die Interaktionsbeteiligten am Ende der Austauschsequenz formulierten, bestätigen: Die rekurrent beobachtbare Vagheit und Ergebnisoffenheit der für das weitere Vorgehen formulierten Handlungsschritte akzentuierte den prozessualen Charakter dahingehend, dass die Austauschsequenzen als Schritt (vgl. Kapitel 6.6) in einem diesen übergeordneten Prozess eingeordnet wurden, dem das wiederkehrende Moment der Ergebnisoffenheit inhärent war (vgl. 6.7.2). An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass der Nachvollzug der Adaptionen sich zwar aus Leser_innenfreundlichkeit entlang der linearen Darstellung des Modells orientierte, diese Linearität allerdings nicht dem effektiven forschungspraktischen Vorgehen entsprach. Die adaptierte Kreativitätsdefinition wurde, wie in Kapitel 6 ausgeführt, iterativ an das gesamte Korpus zurückgebunden und die analysierte Datengrundlage dergestalt erweitert. Die Sequenzen, welche die Datengrundlage für die Analyse darstellten, bilden also eine Selektion auf Basis der iterativ rückgekoppelten Kreativitätsdefinition ab – auch wenn die Herleitung der Adaptionen eine unidirektionale Linearität suggeriert.

Implikationen der Adaptionen der Kreativitätsdefinition

Vergleicht man die ursprüngliche, arbeitsheuristische Kreativitätsdefinition mit der auf Basis der analytischen Befunde revidierten Version, welche die deklarativen Annahmen mit den Vollzugswirklichkeiten spiegelt, lassen sich zwei zentrale Unterschiede festhalten. Einerseits erscheint Kreativität nun nicht mehr als Phänomen, das sich auf einen Punkt hinbewegt und zu einem gegebenen Zeitpunkt konkret verortbar wäre, sondern als dezidiert prozessual. Andererseits bildet die Implementierung und Betonung der *kontextgebundenen Passung* die Kontextsensitivität des Phänomens ab, welche – wie im Zuge der Analyse herausgestellt wurde – selbst in hochprofessionalisierten Arbeitsumfeldern wie demjenigen der Werbebranche keine verfügbare Grösse darstellt, sondern vielmehr Gegenstand stetiger Auslotungsprozesse ist.

Spiegelt man dieses Desiderat der auf Basis der Analyseergebnisse sukzessive überprüften und adaptierten Kreativitätsdefinition mit der Ausleageordnung der Forschungsdebatte, welche in Kapitel 4 präsentiert wurde, dann lassen sich die oben genannten Unterschiede auch als damit einhergehende Abgrenzung zu diskutierten Herangehensweisen verstehen: Das dezidiert prozessuale, interaktive Verständnis von Kreativität, welches die Kreativitätsdefinition abbildet, stellt nicht nur eine alternative Sichtweise zu individualistischen (Kapitel 4.1.1) Ansätzen dar, sondern weicht auch von produktorientierten (Amabile 1996: 33) und soziokulturellen Kreativitätsdefinitionen ab, und zwar dahingehend, dass die Kreativitätsdefinition die Generierung eines Produkts (Sawyer 2012: 8, aber auch Krämer 2014) konsequent ausblendet und stattdessen auf den Prozess der Zuschreibung, Aushandlung und Konsensetablierung als zentrale Komponente fokussiert. Ob und welche Produktionsleistung am Ende des Prozesses steht, ist für die Kreativitätsdefinition in ihrer adaptierten Variante also insofern irrelevant, als durch Fokussierung auf die Relevantsetzungen der Interaktionsteilnehmenden der Erfolg des – wie auch immer gearteten – Produktes innerhalb eines spezifischen Feldes diese Produktionsleistung nicht von aussen als Prämisse in die Analyse hineingetragen wird. Wenn die Interaktionsbeteiligten diese Grösse allerdings selbst relevant setzen, kann sie – wie die Analyse gezeigt hat – insbesondere unter dem Aspekt der *Passung* gefasst und in ihrem Zustandekommen transparent gemacht werden. Dadurch stellt die Kreativitätsdefinition auch eine Alternative zu Bezugspunkten der diskutierten linguistischen Ansätze (vgl. Kapitel 4.4) dar, da die hier formulierte Definitionsgrundlage keine konkreten sprachlichen Formen (Tannen 1989: 2), deren

Auftretenshäufigkeit (Munat 2016: 95) oder gar Eigenschaften des mentalen Sprachapparats (Langlotz 2016: 47) ins Auge fasst, sondern stattdessen der interaktive Vollzug, die kontextuelle Einbettung und situative Ordnung der Aushandlung, unter Berücksichtigung der darin relevant gesetzten Ressourcen (Hausendorf 2012: 141, Hausendorf et al. 2012b: 14) als solche in den Vordergrund gerückt werden.

Nicht nur anknüpfungsfähig, sondern gar indirekt bestätigend erscheint die erarbeitete Kreativitätsdefinition hinsichtlich einiger der diskutierten Befunde aus der Soziologie (siehe Kapitel 4.2): Die Kreativitätsdefinition akzentuiert in ihrer adaptierten Form ebenfalls, dass „[...] das Neue [nie] kurzerhand objektiv vorhanden [ist],“, sondern „immer [...] von häufig umstrittenen Beobachtungs- und Wahrnehmungsschemata ab[hängt]“ (Reckwitz 2016: 253). Durch den Nachvollzug der Grenzziehungsproblematik des Neuen als Teil der Ordnung des sozialen (Arbeits-)Alltags der Kreativschaffenden konnte evident gemacht werden, dass die Aushandlung des Neuen einen zentralen Teil ebenjenes „looking-and-telling“ (Garfinkel 1967: 1) darstellt, durch welches die Interaktionsbeteiligten ihre Vollzugswirklichkeit *accountable* gestalten. In dieser „open-ended reference to a specific kind of sense-making procedure“ (frei nach Heritage 1984: 5) wurden diese spezifischen Vollzugspraktiken der sozialen Ordnung analytisch partiell zugänglich (Garfinkel 1967: 1) – und konnten daher analytisch nachvollzogen werden. Dadurch wurde in der vorliegenden Studie ein Weg aufgezeigt, wie das Axiom des Neuen abgegrenzt und definiert werden kann (vgl. Kapitel 4.5), und zudem verdeutlicht, dass die Differenzierung zwischen Neu und Alt nicht nur für Kreativitätsforschende einen kritischen Aushandlungsprozess um die kategorialen Grenzen involviert, sondern diese Verhandlung auch einen zentralen Bestandteil des Arbeitsalltags der Kreativwirtschaft darstellt (vgl. Kapitel 7.2).

Indem die interaktive Aus- und Verhandlung der notwendigen Bedingung der *Neuheit* sowie der kontextgebundenen *Passung* einer Hervorbringung betont wird, lässt sich die Definition darüber hinaus mit dem *System Model of Creativity* von Feldman et al. (1994b) spiegeln, in welchem Kreativität als Resultat der Interaktion dreier Subsysteme – einer Person, eines Feldes und einer Domäne (Csikszentmihalyi 1994: 145) – verstanden wird (siehe Abb. 11). Das *System Model of Creativity* von Feldman et al. (1994b) differenziert in seiner systemabbildenden Abstraktion zwar weder konkrete interaktive Verhandlungsschritte aus, noch versteht es sich als Erklärungsgrundlage für Gruppenformationen – es betont allerdings die prozessuale

und kontextabhängige (Csikszentmihalyi 1994: 145) Dimension von Kreativität in einer Art und Weise, die in ihrem Kern ebenfalls auf die Zweiwertigkeit der Kreativität (Mahrenholz 2011: 21) Bezug nimmt.

Interaktionslinguistische Anknüpfungsfähigkeit der Kreativitätsdefinition

Beleuchtet man die erarbeitete Kreativitätsdefinition kritisch im Hinblick auf ihre als Zielsetzung formulierte Anwendbarkeit für weiterführende Studien, so sind zwei forschungspraktische Implikationen zu diskutieren:

1. Wenn Kreativität definatorisch als Prozess verstanden wird, zieht dies eine (Re-)Fokussierung des Forschungsparadigmas nach sich.
2. Wenn Kreativität – wie die Kreativitätsdefinition dies impliziert – nicht zu einem konkreten Zeitpunkt und in einer bestimmten Form, sondern grundsätzlich nur prozessual beobachtbar ist, stellt sich in der Konsequenz die Frage nach ihrer Verortbarkeit.

Die erste Implikation (1.) lässt sich als starkes Argument für die Ausdifferenzierung und Ausweitung dessen verstehen, was in dieser Studie exemplarisch aufgezeigt wurde: Die Analyse authentischer audio-visueller Daten mittels eines Ansatzes, der sich der Multimodalität der Interaktion verschreibt, ist in seiner ethnomethodologischen Fundiertheit geradezu prädestiniert dafür (Garfinkel 1967: 34), ebendiesen Prozess des Aus- und Verhandelns sowie die Konsensetablierung empirisch nachzuzeichnen. Weil ein solcher Ansatz sich „in jeder thematisch neuen Untersuchung neu zu bewähren hat“ (Hauendorf/Quasthoff 2005: 114), ist in weiteren Untersuchungen die Frage zu überprüfen, ob und inwiefern die angepasste Kreativitätsdefinition den ursprünglichen Anspruch erfüllt, interaktionslinguistisch auch in anderen Kontexten und Konstellationen anknüpfungsfähig zu sein (vgl. Kapitel 5). Übergeordnet lässt sich an dieser Stelle nur das Gütekriterium festhalten, dass eine interaktionslinguistisch anknüpfungsfähige Kreativitätsdefinition so formuliert sein sollte, dass sie im Rahmen einer interaktionsanalytischen, auf den prozessualen Vollzug hin orientierten Untersuchung operationalisierbar ist. Misst man die adaptierte Kreativitätsdefinition an diesem Anspruch, so lässt sich konstatieren, dass sie diesen in der vorliegenden Studie in dem Masse erfüllte, dass sie nicht nur eine adäquate Linse der Annäherung an ein grosses Korpus darstellte, sondern auch im Zuge der Analyse ausreichend

durchlässig war, um sich durch die Analyseresultate irritieren, adaptieren und in ihrer adaptierten Form entlang des Datenmaterials wiederkehrend stützen zu lassen. Dadurch diene sie im Verlauf des iterativen Verfahrens der reziproken Spiegelung von Empirie und Theorie als wechselseitig inspirierte Ergebnisdarstellung. Die Anschlussfähigkeit der Kreativitätsdefinition ist also – so lässt sich auf Basis der forschungspraktischen Erfahrungen der vorliegenden Studie konstatieren – insofern gegeben, als sie in einem ähnlichen methodologischen Paradigma eine irritierende – oder eine zu irritierende – Grösse darstellen kann und Studien, welche „kreative Settings“ (Schmidt/Deppermann 2021: 238) in den Fokus nehmen, eine definitorische Näherungsgrösse bietet, die bislang fehlt.

Die zweite Bedingung (2.), also dass die Definition das *Definiendum* (Pawlowski 1980: 10) auch als solches erfasst, stellt aufgrund ihrer prozessualen Ausrichtung eine Herausforderung dar. In der vorliegenden Studie wurde mit den Austauschsequenzen ein Teil eines grösseren Prozesses (vgl. diesbezüglich auch Kapitel 6.6.2) analytisch ins Blickfeld genommen, wobei auf Basis der adaptierten Kreativitätsdefinition darauf hinzuweisen ist, dass diese hinsichtlich des Prozesses keinen expliziten Anfangs- oder Endpunkt (mehr) ausweist. Der Prozessausschnitt, der in der vorliegenden Studie betrachtet wurde, lässt sich also sowohl aus forschungspraktischen Gründen als auch auf Basis des Erkenntnisinteresses herleiten, ist jedoch keinesfalls durch die Kreativitätsdefinition in ihrer adaptierten Form bereits vorgegeben.

Nebst der sich daraus ergebenden Konsequenz, dass sowohl eine Ausweitung der Datengrundlage als auch der Untersuchungsbreite zur weiterführenden Verfeinerung der Kreativitätsdefinition nahegelegt wird, stellt sich strukturell betrachtet die Frage nach der grundsätzlichen Verortbarkeit von Kreativität auf Basis der adaptierten Kreativitätsdefinition (siehe 2. Implikation oben), da bereits erfolgte Untersuchungen wie auch die vorliegende Studie immer nur einen Teil eines Prozesses in den Blickwinkel nehmen konnten und nachfolgende diese Limitierung mutmasslich auch haben werden. Führt man dieses Argument weiter, lässt sich die kritische Frage stellen, ab welcher Granularität der Analyse, welcher Datengrundlage, welcher Dichte der Beobachtung auf Basis der obigen Definition überhaupt von Kreativität gesprochen werden kann. Dabei handelt es sich im Kern um ein altbekanntes Problem, das in der Philosophie unter dem Begriff des Haufenparadoxons bereits seit der Antike diskutiert wird:

- „(1') Ein Sandkorn ist noch kein Sandhaufen.
 (2') Fügt man zu einem Sandkorn ein weiteres Sandkorn hinzu, so ergibt das noch keinen Sandhaufen.
 (3') Fügt man zu zwei Sandkörnern ein weiteres Sandkorn hinzu, so ergibt das noch keinen Sandhaufen.
 (4') Allgemein gilt: Fügt man zu einer Ansammlung von Sandkörnern, die keinen Sandhaufen darstellen, ein weiteres Sandkorn hinzu, so ergibt das noch keinen Sandhaufen.
 (5') Also ist auch eine Ansammlung von etwa 10 Milliarden Sandkörnern immer noch kein Sandhaufen.
 (6') Andererseits ist eine Ansammlung von etwa 10 Milliarden Sandkörnern ganz sicher ein Sandhaufen. Denn wenn wir eine Ansammlung von 10 Milliarden Sandkörnern vor uns sehen, so nennen wir diese Ansammlung normalerweise einen „Sandhaufen.“ (Pardey 2002: 327)

Zur Auflösung des Haufenparadoxons existieren verschiedene Ansätze, die vom Wittgenstein'schen Hinweis auf die Sprachgebrauchslogik (Wittgenstein 2001: § 43) über Transitivitätsargumentationen (Pardey 2002) und fuzzylogische Konsequenzen (Zadeh 1965), im Zuge derer anstelle der booleschen Dichotomie von wahr und falsch eine graduelle Vagheit gesetzt wird, bis hin zu dem Ansatz reichen, die Paradoxie als Hinweise auf „semantisch defekte Stellen“ (Buldt 2017) zu verstehen. Für die vorliegende Studie ist jener die philosophische Debatte vereinende Umstand relevant, dass es Begrifflichkeiten gibt, deren Extension eine Unschärfe inhärent ist und welche sich einer dichotomischen Grenzziehung entziehen (Zoglauer 2016). Dies gilt auch für das Phänomen der Kreativität in der adaptierten Definition: Es handelt sich dabei nicht um eine Aussage, die eine klare Abgrenzung zwischen *kreativ* und *nicht-kreativ* vorgibt – oder diese empirisch verallgemeinernd zulässt. Da die Kreativitätsdefinition aufgrund der Anlage der vorliegenden Studie (vgl. Kapitel 2.2) keine isolierte, theoretische Grösse darstellt (Schmidt 2012), entfaltet sich ihr Potenzial auch erst in und durch die veranschaulichte Form: Entlang und in Verbindung mit den dargestellten Analysebefunden kann die Definition eine Näherungsgrösse darstellen, die unter Respektierung der Kontextsensitivität um die Werte des *Neuen* und der *Passung* als *kreativ* bezeichnet werden kann. Diese Näherungsgrösse, die in Form der transparent gemachten Austauschsequenzen in ihrem sequenziellen Vollzug dargestellt wurde, lässt zwar keine automatische Generalisierung zu und ist auch nicht hinsichtlich der Granularität in jeden Kontext übertragbar – aber sie stellt kontextgebunden einen „Sandhaufen“ dar, der als Spiegel zur näheren Betrachtung anderer Ansammlungen von Sandkörnern dienen kann.

Auch wenn diese Konsequenz, forschungspraktisch gesprochen, zu einem Prozess der stetig zerrieselnden Klarheiten führen mag, wird dieser Ansatz dem Phänomen der Kreativität insofern gerecht, als die Relevantsetzungen der Interaktionsbeteiligten systematisch und konsequent aufgenommen werden können – und der Sandhaufen an ebendiesen Markierungen aus dem Feld gemessen werden kann.

7.2. Rückbindung des Modells und der mikroanalytischen Befunde

Nebst der Entwicklung einer interaktionslinguistisch anschlussfähigen Kreativitätsdefinition bestand das zweite Desiderat der vorliegenden Studie in der mikroanalytischen, empirischen Beschreibung des interaktiven Vollzugs der Austauschsequenzen sowie der Modellierung der interaktiven Strukturen (vgl. Kapitel 6). Die abstrahierende Modellierung der wiederkehrenden Handlungsszenen, die induktiv aus dem Datenmaterial heraus erfolgte, bildete sechs makrostrukturelle Interaktionseinheiten ab, welche den Zuschreibungs- und Aushandlungsprozess von Kreativität der analysierten Austauschsequenzen des zugrundeliegenden Korpus (siehe Kapitel 3) systematisch darstellten. Die Analysekapitel (Kapitel 6.3 bis und mit Kapitel 6.7) orientierten sich an diesen strikt induktiv eruierten Makrostrukturen und banden die abstrahierten Einheiten an situierte *accomplishments* und lokale Vollzugspraktiken zurück.



Abb. 61: Modell des interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses von Kreativität in den untersuchten Werbeagenturen

Die makrostrukturellen Elemente beschreiben unter anderem die interaktiven Regularitäten der analysierten Sequenzen und bilden dadurch Erwartbarkeiten ab, an denen sich die Interaktionsbeteiligten in den Sequenzen orientieren. Weil sich das Modell auf akkumulierte mikroanalytische Befunde stützt und diese ihrerseits wiederum indexikalisch auf die makrostrukturelle Ordnung der Austauschsequenzen verweisen, wurden die mikroanalytischen Befunde geordnet nach ihrem Auftreten innerhalb der makrostrukturellen Interaktionseinheiten diskutiert. Entlang der mikroanalytischen Aufarbeitung dieser Sequenzen konnten darüber hinaus auch mehrere Befunde herausgearbeitet werden, die sich in dem Korpus systematisch und wiederkehrend nachzeichnen liessen und über die einzelnen Sequenzen und die makrostrukturellen Interaktionseinheiten hinausverwiesen. Das Ziel des vorliegenden Kapitels besteht darin, drei dieser übergeordneten Befunde an die Forschungsdebatte zurückzubinden und daraus resultierende Implikationen nachzuzeichnen.

Kreativität als Aushandlung ihrer selbst

Der erste Befund, der näher betrachtet werden soll, ist die Verhandlung des Aspekts des *Neuen* und der *Passung*. Auf Basis der Analysen liess sich nachzeichnen, dass die Hervorbringungen bereits in den Präsentationssequenzen

durch Evaluationen der Präsentierenden selbst in einem Spannungsverhältnis zwischen *Neuigkeitswert* und *Passung* verortet wurden (vgl. Kapitel 6.4.3). Darüber hinaus wurde herausgearbeitet, dass diese beiden Aspekte die elementaren Diskriminanten (siehe diesbezüglich auch Kapitel 7.1) darstellten, unter deren Berücksichtigung die Hervorbringungen bewertet (Kapitel 6.5.2), verworfen (Kapitel 6.5.4) oder weiterentwickelt (Kapitel 6.5.5) wurden. Diese Beobachtung erweitert den Forschungsdiskurs um einen zentralen Nachweis; so wurde vielfach darauf aufmerksam gemacht, dass es im Geschäftsmodell von Werbeagenturen begründet liege, das „[. . .] Neue nicht als zufälligen Treffer, sondern als regelmässige, wiederkehrende, und damit auch ökonomisch kalkulierbare Leistung [zu] adressieren.“ (Krämer 2015: 609) Durch die Analysen konnte nachvollzogen werden, dass diese ökonomisch adressierte Leistung im Kern eine konstante Aushandlung über ihre essentiellen Elemente (Mahrenholz 2011: 21) darstellt. Die mikroanalytische Perspektive auf den interaktiven Vollzug der Aushandlung verdeutlichte, dass die kategorielle Zuschreibung des *Neuigkeitswerts* dabei nicht nur mit einer epistemischen Autorität einhergeht, sodass die Zuschreibung, dass etwas *neu* ist, gleichzeitig auch immer die Demonstration eines Wissens des vom *Neuen* Abgrenzbaren darstellt, wodurch die hierarchische Ordnung als solche Gegenstand des Bewertungsvorganges wird, sondern auch, dass das *Neue* per se als Aspekt in seiner Bezogenheit auf die *Passungsvorgaben* Gegenstand ständiger Rekalibrierung ist. Was als *neu* (genug) gilt und somit Teil dieser ökonomisch kalkulierbaren Leistung sein kann, ist nicht als objektive, vorab kalkulierte Grösse vorhanden, sondern Teil des interaktiven Prozesses der Zuschreibung – und einer jeweils situationsspezifischen, kontextuell gebundenen Grenzziehungsdebatte zur jeweiligen *Passung*.

Dies stützt unter anderem ethnographische Befunde zur „Kreationsabteilung“, welcher alle in der vorliegenden Studie diskutierten Daten zuzuordnen sind (vgl. Kapitel 3), weil dadurch differenziert unterstrichen wird, dass zur „Produktion von »neuen Lösungen«“ ganz konkret auch die Verhandlung darüber zählt, welchen Wert „der besondere, neue Einfall, die »geile Kreation«, die »Abweichung von der Norm«“ (Krämer 2014: 153) in Bezug auf die mitzubeachtende kontextgebundene *Passung* schlussendlich hat (vgl. hierzu Krämer 2015: 618).

Akzentuiert wird dies durch den Hinweis auf die Diskrepanz zwischen Anspruch und Explikation, die an mehreren Stellen der Analyse offenbar wurde: Die Hervorbringungen wurden von den Präsentierenden *und* Bewertenden sowohl an einem erwarteten Erwartungsbruch als auch hinsichtlich

der multidimensionalen Kategorie der *Passung* gemessen, die von Formatvorgaben über die Kohärenz zu bereits erfolgten Werbekampagnen oder Sujets bis hin zu ästhetisch-subjektiven Sollwerten reicht. Während das Verfehlen der Sollwerte beispielsweise im Zuge der Ablehnung einzelner Hervorbringungen artikuliert wurde (Kapitel 6.5.4), blieben die Sollwerte per se oftmals unexpliziert. Diese grundsätzliche Unbestimmtheit zentraler Aspekte, die bis hin zu den als vage bezeichneten Formulierungen der Handlungsimplicationen (Kapitel 6.7.2) systematisch und wiederkehrend beobachtet werden konnte, lässt sich nicht zuletzt aufgrund ihres Herausstechens im ansonsten effizienzbetonten, sich durch hohe Produktionsfrequenz und Zeitknappheit bestimmten Umfeld (ebd.: 612) auf eine zugrundeliegende Zwecksrationalität beziehen, durch welche die Unschärfe in dem determinierten Arbeitsprozess einen nicht determinierten Deutungs- und Gestaltungsspielraum eröffnet, der *Neues* nicht nur als Leistung erwartet, sondern auch zulässt.

Diese Spannung zwischen Vagheit und dem ökonomischen Anspruch, sowohl konstant und wiederkehrend als auch zeit- und ressourceneffizient die Produktion neuer Lösungen zu garantieren, setzt ein Fragezeichen hinter Bestrebungen von Organisationsstrategien und Managementprozessen, welche die kontinuierliche Reproduktion des Kreativen als Resultat übergeordneter Strukturentscheide erscheinen lassen (Bharadwaj/Menon 2000, Banks et al. 2002, McAdam/Keogh 2004, Bassett-Jones 2005, DeFillippi et al. 2007) und beabsichtigen, diesen Prozess konsequenterweise „*manageable*“ (Bilton 2010) und planbar (Sander 1993) zu gestalten. Auch wenn, makrostrukturell betrachtet, eine sequenzielle Folge gewisser Interaktionseinheiten (vgl. Kapitel 6.3, 6.4, 6.5 sowie 6.6) beobachtet werden kann, reproduzieren die Interaktionsteilnehmenden in den analysierten Sequenzen innerhalb dieser Einheiten in und durch ihre Handhabung mit den zentralen Aspekten des *Neuen* und der *Passung* wiederkehrend eine gegenstandskonstitutive Unschärfe – die sich bis hin zu denjenigen Sequenzen nachzeichnen lässt, in denen die zukünftigen Schritte geplant werden (vgl. Kapitel 6.7). Weder die Sequenzialität noch das systematische Unterlaufen einer Fixierung konkreter Aspekte lässt sich aus der Perspektive der vorliegenden Studie auf eine potenzielle Ursache- oder Wirkungsrelation struktureller Vorgaben oder organisationaler Entscheide zurückführen. Die Beobachtung des Spannungsverhältnisses zwischen Erwartung und Vagheit der Konkretisierung derselben wirft jedoch ein kritisches Licht auf Planbarkeitsbestrebungen, da eine Einengung der mittels systematischer Vagheit ‚erarbeiteten‘

Ausgestaltungsfreiräume durch konkrete Vorgaben der in den voranstehenden Kapiteln nachgezeichneten Praxis zuwiderliefe (Gaut 2009: 101).

Kreativität als körperliche Arbeit

Der zweite zentrale Befund lässt sich mit Krämers elegant formulierter Beobachtung zusammenfassen: „Kreative Arbeit ist ebenso körperliche Arbeit.“ (Krämer 2014: 379) Entlang der Schlüsselsequenz, die als roter Faden durch die Analysekapitel hindurch die Verhandlung einer Hervorbringung nachzeichnete (vgl. Kapitel 6.2), konnte konkretisiert werden, was sich in anderen Sequenzen jeweils ausschnittsweise untermauern liess: Die Interaktionsbeteiligten begegneten der Herausforderung, den anderen Interaktionsteilnehmenden Hervorbringungen zu vermitteln, die noch nicht materiell verfügbar waren, von Beginn an durch den systematischen Einsatz nicht nur (para-)verbaler, sondern auch räumlicher und insbesondere körperlicher Ressourcen. Die Verkörperung (Arnold 2012, Streeck et al. 2013) der Hervorbringung in und durch die (körperliche) Darstellung derselben wurde mikroanalytisch durch Transparentmachung der Sequenzen veranschaulicht, in denen die Präsentierenden mittels Depiction (Birkner/Ehmer 2013, Keevallik 2014, Clark 2016) und Enactment (Sidnell 2006, Berger/Pekarek Doehler 2015) den physischen Raum und dessen Ressourcen mit imaginierten (Ehmer 2011) Konstrukten überlagerten, um im Zuge eines Szenarios (Brünner/Gülich 2002: 36, Ehmer 2013: 5) konstitutive Elemente der Hervorbringung verfügbar zu machen. Im Verlauf dieser zeigenden Wahrnehmbarmachung der Hervorbringungen etablierten die Präsentierenden interaktiv anschlussfähige mentale Ressourcen, welche für die kopräsenten Interaktionsteilnehmenden im weiteren Interaktionsverlauf lokal zur Verfügung standen (siehe Kapitel 6.5.1 und 6.5.5.1). Die Etablierung anschlussfähiger mentaler Ressourcen (vgl. Kapitel 6) erfüllt dadurch in den Austauschsequenzen zwei Funktionen. Zum einen dient sie der Wahrnehmbar- und Verfügbarmachung elementarer Bestandteile der Hervorbringungen, die von Figuren bis hin zu technisch-artifiziellen Dimensionen reichen können. Andererseits wurden die mentalen Ressourcen von den anderen Interaktionsteilnehmenden wiederaufgenommen, um die Hervorbringung als solche oder spezifische Elemente derselben in ihrer ursprünglich präsentierten Form zu bewerten, partiell wiederaufzunehmen, darauf aufzubauen oder sie zu adaptieren.

Der mikroanalytische Nachvollzug der körperlichen Verfügbarmachung, Verhandlung und Weiterentwicklung der Hervorbringungen sowie der gemeinsamen und kontinuierlichen Bearbeitung wirft dadurch ein Schlaglicht auf die Relevanz der interaktiven Komponente der Ver- und Aushandlung kreativer Arbeit (Weiner 2000: 11, Carter 2004: 212, Fischer et al. 2005: 484, Abels 2009: 105, Kozbelt et al. 2010: 25, Sawyer 2012: 141, Maybin 2016: 27), die zwar vielfach betont wurde, hinsichtlich ihrer „spezifischen körperlichen Bezugnahme[n]“ (Krämer 2014: 379) aber in ihrem konkreten Vollzug oftmals im Dunkeln blieb.

Eine Weiterverfolgung und Ausweitung des in der vorliegenden Studie verfolgten analytischen Ansatzes (vgl. Kapitel 6) und der mikroanalytischen Orientierung auf den effektiven Vollzug erscheint dementsprechend gewinnbringend: Der Nachvollzug der Verhandlung der Hervorbringungen eröffnet gerade aufgrund der lokalen Gebundenheit der etablierten mentalen Ressourcen einen Blick auf die konkrete Kreation ‚neuer Lösungen‘, die in einer produkt- und leistungsorientierten Perspektive systematisch ausgeblendet wird. Darüber hinaus stellt die vorliegende Studie in zweifacher Hinsicht einen Gegenentwurf zu klassischen soziokulturellen Ansätzen (wie beispielsweise Amabile 1983, siehe Kapitel 4.1.2) dar. Statt experimentell herbeigeführter Daten lagen dieser Studie natürliche Interaktionsdaten zugrunde, durch welche statt einer forschungspraktischen Trennung zwischen kreativem Akt und Bewertung des Produkts die Aus- und Verhandlung als Prozess ins Zentrum gerückt wurde. Weiterführend ist zu konstatieren, dass die wiederkehrende Beobachtung, dass sich gerade im Zuge der Etablierung der Szenarien und in der Wiederaufnahme mentaler Ressourcen Fokuspunkte der Verhandlung der Aspekte des Neuen und der Passung herausarbeiten lassen, kreativitätstheoretisch (siehe hierzu auch Kapitel 7.1) viel Potenzial besitzt – und sich daher die Spiegelung mit weiteren Korpora anbietet.

Kreativität als interaktive Hervorbringung

Der dritte zu diskutierende Befund betrifft das abstrahierende Modell an sich. Dabei sollen weniger einzelne makrostrukturelle Interaktionseinheiten, konkrete sequenzielle Ordnungen oder Relevantsetzungen spezifischer Abfolgen, sondern vielmehr die strukturelle Überführbarkeit der Sequenzen in ein Modell als solche betrachtet werden. Indem die Sequenzen auf einer makrostrukturellen Ebene abgebildet und als Spiegelung wiederkehrender

Ordnungsmuster dargestellt werden konnten, gerät die moderne und bis heute populäre Sichtachse (Sawyer 2012: 20), Kreativität als in Einzelarbeit hervorgebrachte, geniegleiche Einfälle zu fassen, an ihre Grenzen. Dabei ist es unerheblich, wie die Endprodukte der in dieser Studie besprochenen Hervorbringungen gestaltet sein mögen; die Analyse der Austauschsequenzen hat deutlich vor Augen geführt, dass nicht nur die technische Umsetzung und Produktion der Werbemaßnahmen, sondern bereits die Hervorbringungskonzeption als solche interaktiv erfolgte und von mehreren Beteiligten gemeinsam wiederkehrend musterhaft (und im Rückgriff auf etablierte Techniken, vgl. beispielsweise Kapitel 6.3.2.1) durchgeführt wurde. Diese Perspektive lässt sich nicht nur als Beitrag zum Forschungsdiskurs um die Geniezentriertheit (Weiner 2000: 11, Gaut 2009: 90, Glăveanu 2010b: 81, Sawyer 2012: 37–52) des Phänomens der Kreativität verstehen, sondern wirft auch ein einordnendes Licht auf die Selbstdarstellung der Werbeagenturen und ihrer Mitarbeitenden (Koppetsch 2006a, 2006b, 2008). In einem Arbeitsumfeld, dem aus professionssoziologischer Perspektive wiederholt zugeschrieben wurde (Koppetsch 2006a: 141–144, Krämer 2014: 96), dass Kreativität gerade für Texter_innen und Grafiker_innen, die in den Kreativabteilungen tätig sind, ein „Leitmotiv ihres Berufes“ (Krämer 2014: 96) darstelle und dergestalt „Sonderwissensbestände“ (ebd.) geschaffen würden, durch welche Kreativität als akzentuiert nach aussen kommunizierte persönliche, subjektgebundene Fähigkeit und Identitätseigenschaft (Alvesson 1994) den Einstieg in eine Werbeagentur oftmals erst ermöglichen (Koppetsch 2006a: 144), enthüllt der Nachvollzug der Austauschsequenzen, dass die Hervorbringungsverhandlung und Weiterentwicklungen Kollaborationen darstellen, die sich nicht auf den einen schöpferischen Akt eines einzelnen Individuums zurückführen lassen. Auch wenn „die kreativen, gestalterischen Köpfe [. . .] als zentrale Figuren und Antriebskraft der Werbeproduktion gelten“ (Krämer 2014: 88) und an mehreren Stellen der vorliegenden Arbeit Hinweise eruiert wurden, dass Kreativität nicht nur als Verhandlungsgegenstand in Form von Hervorbringungen in Erscheinung tritt, sondern sich im Feld auch als sozial konstruierte Identitätseigenschaft (Bucholtz 2005, Auer 2007, Norris 2011), respektive als Marker für Mitgliedschaftskategorisierungen (Schegloff 2007a: 467) bemerkbar macht (vgl. beispielsweise Transkript 26), die ebenfalls Zuschreibungsprozessen unterworfen ist, deutet die Beschreibungsebene, welche das Modell darstellt, doch deutlich darauf hin, dass im untersuchten Vollzug Kreativität nicht primär subjektiv, sondern als in räumlich-zeitlicher Ko-Präsenz

hervorgebrachte multimodale Aktivität der Aus- und Verhandlung (vgl. hierzu auch Kapitel 7.1) erscheint.

7.3. Perspektiven

In der vorliegenden Studie wurde darauf hingewiesen, dass das interdisziplinäre Feld der Kreativitätsforschung zwei Unschärfebereiche aufweist: Einerseits wurde die interaktive Komponente der Kreativität bislang vernachlässigt und andererseits der Fokus oftmals auf elizierte Datengrundlagen gelegt. Die Limitierungen (vgl. Kapitel 3.2) der vorliegenden Studie im Auge behaltend, konnte diese Schrift beiden Bereichen begegnen und anhand nicht-elizierter Daten einen Einblick in die interaktive Aus- und Verhandlung von Hervorbringungen im Arbeitsalltag der *creative economy* bieten. Darüber hinaus eröffnet die Studie durch den mikroanalytischen Nachvollzug (Kapitel 6.3–6.7), die Modellierung der interaktiven Strukturen (Kapitel 6.1) sowie durch die Herleitung einer interaktionslinguistisch anknüpfbaren Kreativitätsdefinition (Kapitel 5 sowie 7.1) über diese Momentaufnahme der Abläufe (Kapitel 3.2) hinausreichende Weiterverfolgungsmöglichkeiten.

Um ein möglichst holistisches Verständnis der Kreativität in (Inter-)Aktion zu erlangen und ebenjene Unschärfen weiter zu bearbeiten, erscheint eine Ausweitung der in der vorliegenden Studie untersuchten Prozesse wünschenswert. Dadurch könnte die notwendige Gegenstandsreduktion der vorliegenden Studie (vgl. Kapitel 3.2), die Generierung „neuer Lösungen“ (Krämer 2014: 153) entlang der Austauschsequenzen zu behandeln, überwunden werden und ein umfassenderes Bild der *creative economy* gezeichnet werden. Das postulierte Modell sowie die Sequenzanalysen können diesbezüglich sowohl komparativ als auch ergänzend zum Nachvollzug der Mechanismen wiederkehrender Produktion des *Neuen* beitragen.

Definitivisch wurde in der vorliegenden Studie ein Grundstein gelegt, durch den Kreativität interaktionslinguistisch gefasst werden kann. Ob und inwiefern diese definitivische Grundlage auch in anderen Kontexten Bestand hat, können darauf rückgebundene Analysen zeigen. Die interdisziplinäre Fundierung in Kombination mit der mikroanalytisch hergeleiteten Adaption bietet allerdings das Potenzial, den Begriff auch in interaktionslinguistischen Untersuchungen anderer Bereiche in seiner Aus- und Verhandlung

transparent zu klären, wodurch sich bislang erfolgte Zuschreibungen von Kreativität, deren primäre Abstützung auf „gesellschaftliche[r] Kommunikation“ (Schmidt/Deppermann 2021: 240) oder Selbstdeklarationen (ebd.: 241) beruht, produktiv erweitern liessen.

Es besteht die Hoffnung, dass sich die vorliegende Studie als empirisch-analytisches Projekt in Analogie zu den beobachteten Aushandlungsprozessen auch selbst als Hervorbringung (Kapitel 6) fassen lässt, welche unter Einhaltung der Passungsvorgaben einen zu erwartenden Erwartungsbruch darstellte und in ihrem Kern dazu einlädt, die zentralen Aspekte weiter zu verhandeln – und weiterzuentwickeln.

I. Literaturverzeichnis

- Abels, H. (2009): „Ethnomethodologie“. In: Kneer, Georg/Schroer, Markus (Hrsg.): *Handbuch Soziologische Theorien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden: 87–110.
- Aikhenvald, A. Y./Storch, A. (2019): „Creativity in Language“. *International Journal of Language and Culture* 1/6: 1–9.
- Albers, S./Gassmann, O. (2005): „Technologie- und Innovationsmanagement“. In: Albers, Sönke/Gassmann, Oliver (Hrsg.): *Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement*. Wiesbaden: Gabler Verlag: 3–23.
- Allen, M./Knepel, R. (Hrsg.) (2018): *Poetik und Poesie der Werbung. Ästhetik und Literarizität an der Schnittstelle von Kunst und Kommerz*. Bielefeld: Transcript. (=Konsumästhetik Band 2).
- Allen, T. J. (1985): *Organizational structure, information technology and R & D productivity*. Cambridge, MA: MIT. (=MIT Industrial Liaison Program report 10-42-85).
- Allen, T. J./Henn, G. W. (2007): *The organization and architecture of innovation. Managing the flow of technology*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann/Architectural Press.
- Alvesson, M. (1994): „Talking in Organizations: Managing Identity and Impressions in an Advertising Agency“. *Organization Studies* 4/15: 535–563.
- Amabile, T. M. (1983): *The Social Psychology of Creativity*. New York, NY: Springer US.
- Amabile, T. M. (1996): *Creativity In Context. Update To The Social Psychology Of Creativity*. New York: Westview Press.
- Angouri, J./Locher, M. A. (2012): „Theorising disagreement“. *Journal of Pragmatics* 12/44: 1549–1553.
- Arnold, L. (2012): „Dialogic Embodied Action: Using Gesture to Organize Sequence and Participation in Instructional Interaction“. *Research on Language & Social Interaction* 3/45: 269–296.
- Asmuss, B./Svennevig, J. (2009): „Meeting Talk: An Introduction“. *Journal of Business Communication* 1/46: 3–22.
- Atkinson, J. M./Heritage, J. (Hrsg.) (1984): *Structures of social action. Studies in conversation analysis / edited by J. Maxwell Atkinson and John Heritage*.

- Cambridge: Cambridge University Press. (= *Studies in emotion and social interaction*).
- Atkinson, M. A./Cuff, E. C./Lee, J. (2014): „The Recommencement of a Meeting as a Member’s Accomplishment“. In: Schenkein, Jim (Hrsg.): *Studies in the Organization of Conversational Interaction*. Burlington: Elsevier Science: 133–153.
- Attardo, S./Raskin, V. (1991): „Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model“. *Humor – International Journal of Humor Research* 3–4/4: 5.
- Auer, J. C. P./Uhmann, S. (1980): *Aspekte der konversationellen Organisation von Bewertungen*. Konstanz: Universität Konstanz. (= *Sonderforschungsbereich 99, Linguistik / Universität Konstanz* 43).
- Auer, P. (Hrsg.) (2007): *Style and social identities. Alternative approaches to linguistic heterogeneity*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. (= *Language, power, and social process* 18).
- Auer, P. (2009): „Projection and Minimalistic Syntax in Interaction“. *Discourse Processes* 2–3/46: 180–205.
- Auer, P. et al. (Hrsg.) (2013): *Space in language and linguistics. Geographical, interactional, and cognitive perspectives*. Berlin: de Gruyter. (= *linguae & litterae*).
- Auer, P. (2021): „Turn-allocation and gaze: A multimodal revision of the “current-speaker-selects-next” rule of the turn-taking system of conversation analysis“. *Discourse Studies* 2/23: 117–140.
- Ayaß, R. (2008): „Konversationsanalyse“. In: Sander, Uwe/Gross, Friederike von/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 346–350.
- Bahrtdt, H. P. (1972): *Industriebürokratie. Versuch e. Soziologie des industrialisierten Bürobetriebes und seiner Angestellten*. Stuttgart: Enke. (= *Soziologische Gegenwartsfragen* N.F., Nr. 3).
- Bakhtin, M. M. (1981): *The dialogic imagination. Four essays*. Austin: University of Texas Press. (= *University of Texas Press Slavic series* no. 1).
- Banks, M. et al. (2002): „Where the Art is: Defining and Managing Creativity in New Media SMEs“. *Creativity and Innovation Management* 4/11: 255–264.
- Barnes, R. (2007): „Formulations and the facilitation of common agreement in meetings talk“. *Text & Talk* 3/27: 273–296.
- Barron, F./Harrington, D. M. (1981): „Creativity, Intelligence, and Personality“. *Annual Review of Psychology* 1/32: 439–476.

- Barske, T. (2009): „Same Token, Different Actions: A Conversation Analytic Study of Social Roles, Embodied Actions, and ok in German Business Meetings“. *Journal of Business Communication* 1/46: 120–149.
- Bassett-Jones, N. (2005): „The Paradox of Diversity Management, Creativity and Innovation“. *Creativity and Innovation Management* 2/14: 169–175.
- Bateson, P. (2013): *Play, Playfulness, Creativity and Innovation. How Playful Behaviour Drives Innovation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauer, F. L. (1991): *Elementare Aussagenlogik*. Berlin, Heidelberg: Springer. (=Springer eBook Collection).
- Bauer, L. (2001): *Morphological productivity*. Cambridge: Cambridge University Press. (=Cambridge studies in linguistics).
- Bavelas, J. B./Coates, L./Johnson, T. (2000): „Listeners as co-narrators“. *Journal of Personality and Social Psychology* 6/79: 941–952.
- Beach, W. A. (2013): „Conversation Analysis: “Okay” as a Clue for Understanding Consequentiality“. In: Sigman, Stuart J. (Hrsg.): *The Consequentiality of Communication*. New York: Routledge: 121–161.
- Bell, N. (2012): „Formulaic Language, Creativity, and Language Play in a Second Language“. *Annual Review of Applied Linguistics* 32: 189–205.
- Benczes, R. (2006): *Creative compounding in English. The semantics of metaphorical and metonymical noun-noun combinations / Réka Benczes*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Pub. Co. (=Human cognitive processing v. 19).
- Bender, D. (2014): *Mobile Arbeitsplätze als kreative Räume*. Bielefeld: Transcript. (=Wirtschafts-, Organisations- und Arbeitssoziologie).
- Benveniste, É. (1974): *Probleme der allgemeinen Sprachwissenschaft*. München: List. (=List-Taschenbücher der Wissenschaft Linguistik 1428).
- Berger, E./Pekarek Doehler, S. (2015): „Direct reported speech in storytellings: Enacting and negotiating epistemic entitlements“. *Text & Talk* 6/35: 677.
- Bharadwaj, S./Menon, A. (2000): „Making Innovation Happen in Organizations: Individual Creativity Mechanisms, Organizational Creativity Mechanisms or Both?“. *Journal of Product Innovation Management* 6/17: 424–434.
- Bhatia, V. K. (2016): „Creativity and interdiscursive performance in professional communication“. In: Jones, Rodney H. (Hrsg.): *The Routledge handbook of language and creativity*. London, New York: Routledge: 158–169.
- Bietti, L. M./Sutton, J. (2015): „Coordination, Collaboration and Cooperation“. *Interaction Studies* 3/16: 419–450.

- Bilton, C. (2010): „Manageable creativity“. *International Journal of Cultural Policy* 3/16: 255–269.
- Birkner, K. et al. (2020): *Einführung in die Konversationsanalyse*. Berlin, Boston: de Gruyter. (=De Gruyter Studium).
- Birkner, K./Ehmer, O. (Hrsg.) (2013): *Veranschaulichungsverfahren im Gespräch*. Mannheim: Verl. für Gesprächsforschung.
- Black, M. (1977): „More about metaphor“. *Dialectica* 3/4/31: 431–457.
- Blender Development Team (2022): *Blender*.
- Blümle, C. (2015): *Augenblick oder Gleichzeitigkeit. Zur Simultaneität im Bild*: Heidelberg University Library.
- Boden, D. (1994): *The business of talk. Organizations in action*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Boden, M. A. (2004): *The creative mind. Myths and mechanisms / Margaret A. Boden*. London, New York: Routledge.
- Boden, M. A. (2018): „Creativity and biology“. In: Gaut, Berys Nigel/Kieran, Matthew (Hrsg.): *Creativity and philosophy*. London: Routledge: 173–192.
- Boerman, S. C./Willemsen, L. M./van der Aa, E. P. (2017): „This Post Is Sponsored““. *Journal of Interactive Marketing* 38: 82–92.
- Boltanski, L./Chiapello, È./Schultheis, F. (2018): *Der neue Geist des Kapitalismus*. Köln: Herbert von Halem Verlagsgesellschaft. (=Edition Discours 38).
- Borkent, M./Dancygier, B./Hinnell, J. (2013): *Language and the creative mind*. Stanford, California: CSLI Publications.
- Breyer, T. et al. (Hrsg.) (2017): *Resonanz – Rhythmus – Synchronisierung*: transcript Verlag.
- Brinker, K. et al. (Hrsg.) (2001): *Text- und Gesprächslinguistik / Linguistics of Text and Conversation, Part 2*. Berlin • New York: Walter de Gruyter.
- Brône, G. et al. (2017): „Eye gaze and viewpoint in multimodal interaction management“. *Cognitive Linguistics* 3/28: 449–483.
- Brown, P./Levinson, S. C. (2011): *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: Univ. Press. (=Studies in interactional sociolinguistics 4).
- Brown, R. T. (2010): „Creativity“. In: Torrance, E. Paul et al. (Hrsg.): *Handbook of creativity*. New York: Plenum Press: 3–32.
- Brünner, G. (1991): „Redewiedergabe in Gesprächen“. *Deutsche Sprache* 1/19: 1.

- Brünner, G./Gülich, E. (2002): *Krankheit verstehen. Interdisziplinäre Beiträge zur Sprache in Krankheitsdarstellungen*. Bielefeld: Aisthesis-Verl. (=Bielefelder Schriften zu Linguistik und Literaturwissenschaft 18).
- Brünner, G./Pick, I. (2020): „Bewertungen sprachlichen Handelns und good practice in der Angewandten Gesprächsforschung“. *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 1/71: 63–98.
- Bublitz, W./Bednarek, M. (2006): „Reported Speech: Pragmatic Aspects“. In: Brown, Keith (Hrsg.): *Encyclopedia of Language and Linguistics*. San Diego, Saint Louis: Elsevier Science & Technology Books; Elsevier [distributor]: 550–553.
- Bucholtz, M. (2005): „Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach“. *Discourse Studies* 4–5/7: 585–614.
- Buldt, B. (2017): „Vagheit; vage“. In: Ritter, Joachim et al. (Hrsg.): *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*. Basel: Schwabe Verlag: Sp. 531-.
- Butterworth, B./Beattie, G. (1978): „Gesture and Silence as Indicators of Planning in Speech“. In: Campbell, Robin N./Smith, Philip T. (Hrsg.): *Recent Advances in the Psychology of Language. Formal and Experimental Approaches*. Boston, MA: Springer: 347–360.
- Button, G./Casey, N. (1988): „Topic initiation: Business-at-hand“. *Research on Language and Social Interaction* 1–4/22: 61–91.
- Cannes Lions International Festival of Creativity (2019): *Awards*. <https://www.canneslions.com/enter/awards>.
- Carter, R. (2004): *Language and creativity. The art of common talk / Ronald Carter*. London: Routledge.
- Caves, R. E. (2000): *Creative industries. Contracts between art and commerce / Richard E. Caves*. Cambridge, Mass., London: Harvard University Press.
- Cekaite, A. (2018): „Microgenesis of language creativity: Innovation, conformity and incongruence in children’s language play“. *Language Sciences* 65: 26–36.
- Chomsky, N. (1959): „A review of B.F.Skinner’s Verbal Behaviour“. *Language* 35: 26–58.
- Chomsky, N. (1965): *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Christen, H. et al. (2010): *Hochdeutsch in aller Munde. Eine empirische Untersuchung zur gesprochenen Standardsprache in der Deutschschweiz*. Stuttgart: Steiner. (=Germanistik 140).

- Christmann, G. B./Knoblauch, H./Löw, M. (Hrsg.) (2022): *Communicative Constructions and the Refiguration of Spaces. Theoretical Approaches and Empirical Studies*. Erscheinungsort nicht ermittelbar: Taylor & Francis.
- Cienki, A. J./Mittelberg, I. (2013): „Creativity in the forms and functions of spontaneous gestures with speech“. In: Veale, Tony/Feyaerts, Kurt/Forceville, Ch. (Hrsg.): *Creativity and the agile mind. A multi-disciplinary study of a multi-faceted phenomenon / edited by Tony Veale, Kurt Feyaerts, Charles J. Forceville*. Berlin: de Gruyter Mouton: 231–252.
- Cienki, A. J./Müller, C. (2008): *Metaphor and gesture*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Pub. Co. (= *Gesture studies, 1874-6829* v. 3).
- Clark, C. H. (1958): *Brainstorming. The dynamic new way to create successful ideas*. Garden City, NY: Doubleday.
- Clark, H. H. (2012): *Using Language*: Cambridge University Press.
- Clark, H. H. (2016): „Depicting as a method of communication“. *Psychological review* 3/123: 324–347.
- Claudy, N. (2019): „Pressemeldung – Grundlagen und Tipps“. In: Claudy, Nina (Hrsg.): *Quick Guide Pressearbeit für kleine und mittelständische Unternehmen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden: 47–55.
- Cook, G. (1997): „Language play, language learning“. *ELT Journal* 3/51: 224–231.
- Cook, G. (2000): *Language play, language learning*. Oxford: Oxford University Press. (= *Oxford applied linguistics*).
- Cook, V./Newson, M. (2008): *Chomsky's universal grammar. An introduction*. Malden, Mass.: Blackwell.
- Cooren, F. (Hrsg.) (2007): *Interacting and organizing. Analyses of a management meeting*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. (= *LEA's communication series*).
- Cooren, F. (2013): *Interacting and Organizing. Analyses of a Management Meeting*. Hoboken: Taylor and Francis. (= *Routledge Communication Series*).
- Couper-Kuhlen, E. (1999): „Coherent Voicing“. In: Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Coherence in spoken and written discourse. How to create it and how to describe it; selected papers from the International Workshop on Coherence, Augsburg, 24–27 April 1997*. Amsterdam: Benjamins: 11.
- Couper-Kuhlen, E./Selting, M. (2019): „How are Linguistic Resources Deployed in Interaction?“. In: Couper-Kuhlen, Elizabeth/Selting, Margaret (Hrsg.): *Interactional Linguistics*: Cambridge University Press: 355–358.

- Cramond, B. et al. (2005): „A Report on the 40-Year Follow-Up of the Torrance Tests of Creative Thinking: Alive and Well in the New Millennium“. *Gifted Child Quarterly* 4/49: 283–291.
- Cropley, D. H./Kaufman, J. C./Cropley, A. J. (2008): „Malevolent Creativity: A Functional Model of Creativity in Terrorism and Crime“. *Creativity Research Journal* 2/20: 105–115.
- Crystal, D. (1998): *Language play*. London: Penguin.
- Csikszentmihalyi, M. (1994): „The Domain of Creativity“. In: Feldman, David Henry/Csikszentmihalyi, Mihaly/Gardner, Howard (Hrsg.): *Changing the world. A framework for the study of creativity / David Henry Feldman, Mihaly Csikszentmihalyi, and Howard Gardner*. Westport, Conn., London: Praeger: 135–158.
- Csikszentmihalyi, M. (1996): *Creativity. Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: HarperCollins.
- Csikszentmihalyi, M. (Hrsg.) (2014): *The systems model of creativity. The collected works of Mihaly Csikszentmihalyi / Mihaly Csikszentmihalyi*. Berlin, Dordrecht: Springer.
- Dalmas, M. et al. (2015): „Bewertung durch Adjektive. Ansätze einer korpusgestützten Untersuchung zur Synonymie“. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 1/45: 12–29.
- Dankel, P./Satti, I. (2019): „Multimodale Listen. Form und Funktion körperlicher Ressourcen in Aufzählungen in französischen, spanischen und italienischen Interaktionen“. *Romanistisches Jahrbuch* 1/70: 58–104.
- Darwin, C. (1876): *The Origin of Species. By Means of Natural Selection, or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life*. Cambridge, Place of publication not identified: Cambridge University Press; publisher not identified. (=Cambridge library collection. Darwin).
- Dausendschön-Gay, U./Gülich, E./Krafft, U. (Hrsg.) (2015): *Ko-Konstruktionen in der Interaktion. Die gemeinsame Arbeit an Äußerungen und anderen sozialen Ereignissen*. Bielefeld: Transcript. (=Sozialtheorie).
- DeFillippi, R./Grabher, G./Jones, C. (2007): „Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy“. *Journal of Organizational Behavior* 5/28: 511–521.
- Dennett, D. C. (1995): *Darwin's dangerous idea. Evolution and the meanings of life / Daniel C. Dennett*. London: Allen Lane.
- Deppermann, A. (2008): *Gespräche analysieren. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (=Qualitative Sozialforschung Bd. 3).

- Deppermann, A. (2015): „Positioning“. In: Fina, Anna de/Georgakopoulou, Alexandra (Hrsg.): *The Handbook of Narrative Analysis*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc: 369–387.
- Deppermann, A./Schmitt, R. (2007): „Koordination. Zur Begründung eines neuen Forschungsgegenstandes“. In: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen: Narr: 15–54.
- Deppermann, A./Schmitt, R. (2008): „Verstehensdokumentationen: Zur Phänomenologie von Verstehen in der Interaktion“. *Deutsche Sprache* 03: 220–245.
- Deppermann, A./Schmitt, R./Mondada, L. (2010): „Agenda and emergence: Contingent and planned activities in a meeting“. *Journal of Pragmatics* 6/42: 1700–1718.
- Deutsch, H. (1991): „The creation problem“. *Topoi* 2/10: 209–225.
- Diewald, G./Fischer, K. (1998): „Zur diskursiven und modalen Funktion der Partikeln aber, auch, doch und ja in Instruktionsdialogen“. *Linguistica* 1/38: 75–99.
- Dresing, T./Pehl, T. (2010): „Transkription“. In: Mey, Günter/Mruck, Katja (Hrsg.): *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 723–733.
- Drew, P. (Hrsg.) (1996): *Erving Goffman. Exploring the interaction order*. Cambridge: Polity Press.
- Dürer, A. (1910): *Albrecht Dürers schriftlicher Nachlass. Familienchronik, Gedenkbuch, Tagebuch der niederländischen Reise, Briefe, Reime, Auswahl aus den theoretischen Schriften*. Berlin: Bard.
- Durkheim, É. (1984): *Die Regeln der soziologischen Methode*. Herausgegeben, eingeleitet und aus dem Französischen von René König: Suhrkamp. (=Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 464).
- Dutton, D. (2009): *The art instinct. Beauty, pleasure, & human evolution / Denis Dutton*. New York: Bloomsbury Press.
- Ehmer, O. (2011): *Imagination und Animation: die Herstellung mentaler Räume durch animierte Rede*. Berlin: de Gruyter. (=linguae & litterae).
- Ehmer, O. (2013): „Veranschaulichungsverfahren im Gespräch“. In: Birkner, Karin/Ehmer, Oliver (Hrsg.): *Veranschaulichungsverfahren im Gespräch*. Mannheim: Verl. für Gesprächsforschung: 2–17.
- Ehrhardt, H. (Hrsg.) (2011): *Sprache und Kreativität*. Frankfurt am Main, New York: Lang. (=Sprache Bd. 63).
- Fauconnier, G. (1997): *Mappings in thought and language*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Feldman, D. H./Csikszentmihalyi, M./Gardner, H. (1994a): „A Framework for the Study of Creativity“. In: Feldman, David Henry/Csikszentmihalyi, Mihaly/Gardner, Howard (Hrsg.): *Changing the world. A framework for the study of creativity / David Henry Feldman, Mihaly Csikszentmihalyi, and Howard Gardner*. Westport, Conn., London: Praeger: 1–46.
- Feldman, D. H./Csikszentmihalyi, M./Gardner, H. (Hrsg.) (1994b): *Changing the world. A framework for the study of creativity / David Henry Feldman, Mihaly Csikszentmihalyi, and Howard Gardner*. Westport, Conn., London: Praeger.
- Fina, A. de/Georgakopoulou, A. (2012): *Analyzing Narrative. Discourse and Sociolinguistic Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fischer, G. et al. (2005): „Beyond binary choices: Integrating individual and social creativity“. *International Journal of Human-Computer Studies* 4–5/63: 482–512.
- Fisher, W. R. (1987): *Human communication as narration. Toward a philosophy of reason, value, and action*. Columbia, SC: Univ. of South Carolina Pr. (= *Studies in rhetoric / communication*).
- Florida, R. (2002): *The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Fodor, J. A. (1983): *The modularity of mind. An essay on faculty psychology*. Cambridge, Mass.: MIT Press. (= *A Bradford book*).
- Fog, K./Budtz, C./Yakaboylu, B. (Hrsg.) (2005): *Storytelling. Branding in Practice*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Ford, C. E./Stickle, T. (2012): „Securing reciprocity in workplace meetings: Multimodal practices“. *Discourse Studies* 1/14: 11–30.
- Fricke, E. (2007): *Origo, Geste und Raum. Lokaldeixis im Deutschen*. Berlin: de Gruyter. (= *Linguistik – Impulse & Tendenzen* 24).
- Fricke, E. (2012): *Grammatik Multimodal: Wie Wörter und Gesten Zusammenwirken*. Boston: Walter De Gruyter Incorporated. (= *Linguistik – Impulse and Tendenzen Ser*).
- Fusaroli, R./Tylén, K. (2012): „Carving language for social coordination. A dynamical approach“. *Interaction Studies* 1/13: 103–124.
- Galton, F. (1874): *English men of science: Their nature and nurture*. London: MacMillan.
- Gardner, H. (1994): „The creators' patterns“. In: Boden, Margaret A. (Hrsg.): *Dimensions of creativity*. Cambridge, Mass., London: MIT Press: 143–153.

- Gardner, H. (1999): *Kreative Intelligenz. Was wir mit Mozart, Freud, Woolf und Gandhi gemeinsam haben*. Frankfurt/Main: Campus-Verl.
- Garfinkel, H. (1967): *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Garfinkel, H./Rawls, A. W. (Hrsg.) (2002): *Ethnomethodology's program. Working out Durkheim's aphorism*. Lanham: Rowman & Littlefield. (=Legacies of social thought).
- Gaut, B. (2003): „Creativity and Imagination“. In: Gaut, Berys Nigel/Livingston, Paisley (Hrsg.): *The creation of art. New essays in philosophical aesthetics / edited by Berys Gaut, Paisley Livingston*. New York, N.Y., Cambridge: Cambridge University Press: 148–173.
- Gaut, B. (2009): „Creativity and Skill“. In: Krausz, Michael/Dutton, Denis/Bardsley, Karen (Hrsg.): *The idea of creativity*. Leiden, Boston: Brill: 83–103.
- Gaut, B. (2010): „The Philosophy of Creativity“. *Philosophy Compass* 12/5: 1034–1046.
- Gaut, B. (2018): „The value of creativity“. In: Gaut, Berys Nigel/Kieran, Matthew (Hrsg.): *Creativity and philosophy*. London: Routledge: 124–139.
- Gaut, B./Kieran, M. (2018a): „Philosophising about creativity“. In: Gaut, Berys Nigel/Kieran, Matthew (Hrsg.): *Creativity and philosophy*. London: Routledge: 1–22.
- Gaut, B. N./Kieran, M. (Hrsg.) (2018b): *Creativity and philosophy*. London: Routledge.
- Genette, G. (1998): *Die Erzählung*. München: Fink. (=UTB 8083).
- Gerwing, J./Bavelas, J. (2013): „51. The social interactive nature of gestures: Theory, assumptions, methods, and findings“. In: Cienki, Alan J. et al. (Hrsg.): *Body – Language – Communication. An international handbook on multimodality in human interaction: Volume 1*. Berlin: de Gruyter Mouton.
- Gibbs, R. W. (1994): *The poetics of mind. Figurative thought, language, and understanding / Raymond W. Gibbs, Jr.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Gibson, J. J. (1979): *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin.
- Ginzburg, J./Mazzocconi, C./Tian, Y. (2020): „Laughter as language“. *Glossa: a journal of general linguistics* 1/5.

- Gkiouzevas, L./Hogg, M. K. (2011): „Articulating a New Framework for Visual Metaphors in Advertising“. *Journal of Advertising* 1/40: 103–120.
- Glăveanu, V. P. (2010a): „Creativity in Context: The Ecology of Creativity Evaluations and Practices in an Artistic Craft“. *Psychological Studies* 4/55: 339–350.
- Glăveanu, V. P. (2010b): „Paradigms in the study of creativity: Introducing the perspective of cultural psychology“. *New Ideas in Psychology* 1/28: 79–93.
- Goffman, E. (1961): *Encounters. Two studies in the sociology of interaction*. [S.l.]: Martino.
- Goffman, E. (1979): „Footing“. *Semiotica* 1–2/25: 1–30.
- Goffman, E. (1981): *Forms of talk*. Oxford: Blackwell.
- Goodman, N./Philippi, B. (1997): *Sprachen der Kunst. Entwurf einer Symboltheorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (=Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 1304).
- Goodwin, C. (1980): „Restarts, Pauses, and the Achievement of a State of Mutual Gaze at Turn-Beginning“. *Sociological Inquiry* 3–4/50: 272–302.
- Goodwin, C. (1981): *Conversational organization. Interaction between speakers and hearers*. New York: Academic Press. (=Language, thought, and culture).
- Goodwin, C. (1984): „Notes on story structure and the organization of participation“. In: Atkinson, J. Maxwell/Heritage, John (Hrsg.): *Structures of social action. Studies in conversation analysis*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 225–246.
- Goodwin, C. (1986): „Audience diversity, participation and interpretation“. *Text – Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse* 3/6.
- Goodwin, C. (2013): „The co-operative, transformative organization of human action and knowledge“. *Journal of Pragmatics* 1/46: 8–23.
- Goodwin, C. (2017): *Co-Operative Action*: Cambridge University Press.
- Goodwin, C./Goodwin, M. H. (2009): „Participation“. In: Duranti, Alessandro (Hrsg.): *A companion to linguistic anthropology*. Malden, Mass.: Blackwell: 222–244.
- Goodwin, C./Harness Goodwin, M. (1997): „Assessments and the construction of context“. In: *Rethinking context*. Cambridge [u.a.]: Cambridge Univ. Press, 1997.
- Grice, H. P. (1957): „Meaning“. *The Philosophical Review* 3/66: 377.

- Grice, H. P. (1969): „Utterer’s Meaning and Intention“. *The Philosophical Review* 2/78: 147.
- Grice, H. P. (1979): „Logik und Konversation“. In: Meggle, Georg (Hrsg.): *Handlung, Kommunikation, Bedeutung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp: 243–266.
- Grimm, J./Grimm, W. (1854–1961): „NEU“. In: Grimm, Jacob/Grimm, Wilhelm (Hrsg.): *Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm. Erstbearbeitung (1854–1960), digitalisierte Version im Digitalen Wörterbuch der deutschen Sprache*.
- Guilford, J. P. (1950): „Creativity“. *American Psychologist* 9/5: 444–454.
- Gulas, C. S./Weinberger, M. G. (2006): *Humor in advertising. A comprehensive analysis / Charles S. Gulas and Marc G. Weinberger*. Armonk, N.Y., London: M.E. Sharpe.
- Gülich, E. (2008): „Alltägliches erzählen und alltägliches Erzählen“. *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 3/36.
- Gülich, E./Kotschi, T. (1987): „Reformulierungshandlungen als Mittel der Textkonstitution: Untersuchungen zu französischen Texten aus mündlicher Kommunikation“. In: Motsch, Wolfgang (Hrsg.): *Satz, Text, sprachliche Handlung*. Berlin: Akad.-Verl.: 199–261.
- Gülich, E./Mondada, L. (2008): *Konversationsanalyse*. Berlin, Boston: de Gruyter.
- Günthner, S. (1999): „Polyphony and the ‘layering of voices’ in reported dialogues: An analysis of the use of prosodic devices in everyday reported speech“. *Journal of Pragmatics* 5/31: 685–708.
- Günthner, S. (2000): „Zwischen direkter und indirekter Rede“. *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 1/28: 1–22.
- Günthner, S. (2006): „Ansätze zur Erforschung der „kommunikativen Praxis“: Redewiedergabe in der Alltagskommunikation“. In: Ágel, Vilmos/Hennig, Mathilde (Hrsg.): *Zugänge zur Grammatik der gesprochenen Sprache*. Berlin, Boston: de Gruyter.
- Günthner, S. (2007): „The construction of otherness in reported dialogues as a resource“. In: Auer, Peter (Hrsg.): *Style and social identities. Alternative approaches to linguistic heterogeneity*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter: 419–445.
- Habscheid, S. (2015): „Einleitung: Bewerten im Wandel“. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 1/45: 5–11.
- Haddington, P. et al. (2014): *Multiactivity in social interaction. Beyond multi-tasking*. Amsterdam: Benjamins.

- Hägi, S./Scharloth, J. (2005): „Ist Standarddeutsch für Deutschschweizer eine Fremdsprache? Untersuchungen zu einem Topos des sprachreflexiven Diskurses“. *Linguistik Online* 3/24.
- Hartung, M. (1998): *Ironie in der Alltagssprache. Eine gesprächsanalytische Untersuchung*: Opladen: Westdeutscher Verl.
- Hartung, M. (2000): „Überlegungen zur Untersuchung von Bewertungsprozessen in Gesprächen“. Ingo Warnke (Hg.): *Schnittstelle Text–Diskurs*. Frankfurt: 119–131.
- Hauschildt, J. (2005): „Dimensionen der Innovation“. In: Albers, Sönke/Gassmann, Oliver (Hrsg.): *Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement*. Wiesbaden: Gabler Verlag: 23–39.
- Hausendorf, H. (2001): „Deixis and speech situation revisited: The mechanism of perceived perception.“. In: Lenz, Friedrich (Hrsg.): *Deictic conceptualisation of space, time, and person*. Amsterdam, Philadelphia: J. Benjamins Pub: 249–269.
- Hausendorf, H. (2010): „Interaktion im Raum. Interaktionstheoretische Bemerkungen zu einem vernachlässigten Aspekt von Anwesenheit“. In: Deppermann, Arnulf/Linke, Angelika (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*: 163–197.
- Hausendorf, H. (2012): „Über Tische und Bänke. Eine Fallstudie zur interaktiven Aneignung mobiliarer Benutzbarkeitshinweise an der Universität“. In: Hausendorf, Heiko/Mondada, Lorenza/Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Raum als interaktive Ressource*. Tübingen: Narr Francke Attempto: 139–186.
- Hausendorf, H. (2013): „On the interactive achievement of space – and its possible meanings“. In: Auer, Peter et al. (Hrsg.): *Space in language and linguistics. Geographical, interactional, and cognitive perspectives*. Berlin: de Gruyter: 276–303.
- Hausendorf, H. (2015): „Interaktionslinguistik“. In: Eichinger, Ludwig (Hrsg.): *Sprachwissenschaft im Fokus. Positionsbestimmungen und Perspektiven*. Berlin, München, Boston: de Gruyter: 43–70.
- Hausendorf, H. (2020): „Die Betretbarkeit der Institution – ein vernachlässigter Aspekt der Interaktion in Organisationen“. In: Gruber, Helmut/Spitzmüller, Jürgen/Cillia, Rudolf de (Hrsg.): *Institutionelle und organisationale Kommunikation. Theorie, Methodologie, Empirie und Kritik: Gedenkschrift für Florian Menz*. Göttingen: VetR unipress, Vienna University Press: 119–148.

- Hausendorf, H./Mondada, L./Schmitt, R. (Hrsg.) (2012a): *Raum als interaktive Ressource*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Hausendorf, H./Mondada, L./Schmitt, R. (2012b): „Raum als interaktive Ressource: Eine Explikation“. In: Hausendorf, Heiko/Mondada, Lorenza/Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Raum als interaktive Ressource*. Tübingen: Narr Francke Attempto: 7–36.
- Hausendorf, H./Quasthoff, U. M. (2005): *Sprachentwicklung und Interaktion. Eine linguistische Studie zum Erwerb von Diskursfähigkeiten*. Radolfzell: Verl. für Gesprächsforschung.
- Hausendorf, H./Schmitt, R. (2013): „Interaktionsarchitektur und Sozialtopographie. Umriss einer raumlinguistischen Programmatik“. *Arbeitspapiere des UFSP Sprache und Raum (SpuR)* 01: 3–59.
- Hausman, C. R. (2009): „Criteria of Creativity“. In: Krausz, Michael/Dutton, Denis/Bardsley, Karen (Hrsg.): *The idea of creativity*. Leiden, Boston: Brill: 3–17.
- Heath, C. (1986): *Body movement and speech in medical interaction*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Heath, C./Hindmarsh, J./Luff, P. (2010): *Video in qualitative research. Analysing social interaction in everyday life*. London: Sage. (=Introducing qualitative methods series).
- Heritage, J. (1984): *Garfinkel and ethnomethodology*. Cambridge: Polity.
- Heritage, J. (2012a): „Epistemics in Action. Action Formation and Territories of Knowledge“. *Research on Language & Social Interaction* 1/45: 1–29.
- Heritage, J. (2012b): „The Epistemic Engine. Sequence Organization and Territories of Knowledge“. *Research on Language & Social Interaction* 1/45: 30–52.
- Herstatt, C./Lüthje, C. (2005): „Quellen für Neuproduktideen“. In: Albers, Sönke/Gassmann, Oliver (Hrsg.): *Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement*. Wiesbaden: Gabler Verlag: 265–284.
- Hindmarsh, J./Heath, C. (2000): „Embodied reference. A study of deixis in workplace interaction“. *Journal of Pragmatics* 12/32: 1855–1878.
- Hoad, T. F. (2003): *porcelain*. Oxford University Press. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780192830982.001.0001/acref-9780192830982-e-11687>.
- Hocevar, D./Bachelor, P. (2010): „A Taxonomy and Critique of Measurements Used in the Study of Creativity“. In: Torrance, E. Paul et al. (Hrsg.): *Handbook of creativity*. New York: Plenum Press: 53–75.

- Hoffmann, T. S. (2017): „Übereinstimmung“. In: Ritter, Joachim et al. (Hrsg.): *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*. Basel: Schwabe Verlag.
- Holmes, J. (2007): „Making Humour Work: Creativity on the Job“. *Applied Linguistics* 4/28: 518–537.
- Holmes, J./Stubbe, M. (2015): *Power and politeness in the workplace. A socio-linguistic analysis of talk at work*. London, New York, NY: Routledge. (=Routledge linguistics classics).
- Hölscher, B. (2002): „Werbung heisst: Kreativität, Idealismus, Gestaltung. Zum schillernden Weltbild von Werbern“. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte: Produktionen und Rezeptionen: Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 497–513.
- Holt, E. (1996): „Reporting on Talk: The Use of Direct Reported Speech in Conversation“. *Research on Language and Social Interaction* 3/29: 219–245.
- Holt, E. (2000): „Reporting and Reacting: Concurrent Responses to Reported Speech“. *Research on Language & Social Interaction* 4/33: 425–454.
- Howaldt, J./Jacobsen, H. (2010): *Soziale Innovation. Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. (=Dortmunder Beiträge zur Sozialforschung).
- Howkins, J. (2002): *The creative economy. How people make money from ideas*. London: Penguin.
- Hrncal, C. (2020): *Bewertungsinteraktionen in der Theaterpause*: de Gruyter.
- Hrncal, C./Gerwinski, J. (2015): „Bewertungstransformationen in der Anschlusskommunikation im Theater“. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 1/45: 46–65.
- Huisman, M. (2001): „Decision-Making in Meetings as Talk-in-Interaction“. *International Studies of Management & Organization* 3/31: 69–90.
- Hutchby, I./Woffitt, R. (2008): *Conversation analysis*. Cambridge: Polity.
- Imo, W. (2009): „Inszenierungen eigener und fremder Rede durch Konstruktionen mit dem Verb ‚sagen‘“. In: Buss, Mareike et al. (Hrsg.): *Theatralität des sprachlichen Handelns. Eine Metaphorik zwischen Linguistik und Kulturwissenschaften*. Paderborn: Fink: 319–335.
- Imo, W. (2013): „Interaktionale Linguistik: Ellipsen und Verstehen in der Interaktion“. In: Hennig, Mathilde (Hrsg.): *Die Ellipse*: de Gruyter: 281–320.

- Innerwinkler, S. (2015): *Neologismen*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter. (=Literaturhinweise zur Linguistik Band 1).
- Internationale Organisation für Normung (2019): *Date and time – Representations for information interchange. Part 1: Basic rules ISO 8601-1:2019/01.140.30*. <https://www.iso.org/standard/70907.html>.
- Jakobs, E.-M. (2018): „Wissen in Organisationen und Unternehmen“. In: Birkner, Karin/Janich, Nina (Hrsg.): *Handbuch Text und Gespräch*. Berlin/Boston: De Gruyter Inc: 444–466.
- Janich, N. (2009a): „Einleitung“. In: Janich, Nina (Hrsg.): *Marke und Gesellschaft. Markenkommunikation im Spannungsfeld von Werbung und Public Relations*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden: 9–17.
- Janich, N. (Hrsg.) (2009b): *Marke und Gesellschaft. Markenkommunikation im Spannungsfeld von Werbung und Public Relations*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. (=Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation Bd. 15).
- Joas, H. (2012): *Die Kreativität des Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (=Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 1248).
- John-Steiner, V./Connery, M. C./Marjanovic-Shane, A. (2018): „Dancing with the Muses: A Cultural-Historical Approach to Play, Meaning Making, and Creativity“. In: Connery, M. Cathrene/John-Steiner, Vera/Marjanovic-Shane, Ana (Hrsg.): *Vygotsky and creativity. A cultural-historical approach to play, meaning making, and the arts*. New York: Peter Lang: 3–17.
- Jones, R. (2018): „Messy creativity“. *Language Sciences* 65: 82–86.
- Jones, R. H. (2016a): „Creativity and discourse analysis“. In: Jones, Rodney H. (Hrsg.): *The Routledge handbook of language and creativity*. London, New York: Routledge: 61–77.
- Jones, R. H. (2016b): „Introduction“. In: Jones, Rodney H. (Hrsg.): *The Routledge handbook of language and creativity*. London, New York: Routledge: 1–21.
- Jörg, R. (1976): *Untersuchungen zum Schwund des Praeteritums im Schweizerdeutschen*. Bern: Francke. (=Basler Studien zur deutschen Sprache und Literatur 52).
- Kallmeyer, W. (1981): „Gestaltungsorientiertheit in Alltagserzählungen“. In: Kloepfer, Rolf/Janetzke-Dillner, Gisela (Hrsg.): *Erzählung und Erzählforschung im 20. Jahrhundert. Tagungsbeiträge eines Symposiums der Alexander-von-Humboldt-Stiftung Bonn-Bad Godesberg, veranstaltet*

- vom 9. bis 14. September 1980 in Ludwigsburg. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz: Kohlhammer: 409–429.
- Kang, J.-A./Hong, S./Hubbard, G. T. (2020): „The role of storytelling in advertising: Consumer emotion, narrative engagement level, and word-of-mouth intention“. *Journal of Consumer Behaviour* 1/19: 47–56.
- Kant, I. (2014a): *Kritik der Urteilskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (=Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 57).
- Kant, I. (2014b): „Was heißt: sich im Denken orientieren?“. In: Kant, Immanuel/Weischedel, Wilhelm (Hrsg.): *Werkausgabe. In 12 Bänden*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kapsreiter, A. (2019): „Bürosaal – Großraumbüro – Bürolandschaft“. In: Bernasconi, Gianenrico/Nellen, Stefan (Hrsg.): *Das Büro*: transcript Verlag: 123–138.
- Kasof, J. (1995): „Explaining Creativity: The Attributional Perspective“. *Creativity Research Journal* 4/8: 311–366.
- Kaufman, J. C./Baer, J./Plucker, J. A. (2008): *Essentials of creativity assessment*. Hoboken, N.J.: Wiley; Chichester: John Wiley [distributor]. (=Essentials of psychological assessment series).
- Keevallik, L. (2010): „Bodily Quoting in Dance Correction“. *Research on Language & Social Interaction* 4/43: 401–426.
- Keevallik, L. (2014): „Turn organization and bodily-vocal demonstrations“. *Journal of Pragmatics* 65: 103–120.
- Kendon, A. (1990): *Conducting interaction. Patterns of behavior in focused encounters*. Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press. (=Studies in interactional sociolinguistics 7).
- Kendon, A. (2004): *Gesture. Visible action as utterance / Adam Kendon*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kesselheim, W. (2012): „Gemeinsam im Museum: Materielle Umwelt und interaktive Ordnung“. In: Hausendorf, Heiko/Mondada, Lorenza/Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Raum als interaktive Ressource*. Tübingen: Narr Francke Attempto: 187–231.
- Kesselheim, W./Hausendorf, H. (2007): „Die Multimodalität der Ausstellungskommunikation“. In: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen: Narr: 339–375.
- Kidwell, M./Zimmerman, D. H. (2007): „Joint attention as action“. *Journal of Pragmatics* 3/39: 592–611.

- Kieran, M. (2014): „Creativity as a Virtue of Character“. In: Paul, Elliot Samuel/Kaufman, Scott Barry (Hrsg.): *The Philosophy of Creativity*: Oxford University Press: 125–144.
- Kim, Y. Y. (2015): „Achieving synchrony: A foundational dimension of intercultural communication competence“. *International Journal of Intercultural Relations* 48: 27–37.
- King, N. (1995): *Innovation and change in organizations*. London: Routledge. (=Essential business psychology).
- Kipp, M./Neff, M./Albrecht, I. (2007): „An annotation scheme for conversational gestures: how to economically capture timing and form“. *Language Resources and Evaluation* 3–4/41: 325–339.
- König, K./Oloff, F. (2018): „Die Multimodalität alltagspraktischen Erzählens“. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 2/48: 277–307.
- Konopka, A./Wermke, M. (Hrsg.) (2010): *Duden – das Bedeutungswörterbuch. [Wortschatz und Wortbildung; rund 20.000 Stichwörter und Wendungen mit grammatischen und phonetischen Angaben; alle Stichwörter mit Definitionen und Beispielen; mit Synonymen und Wortbildungen sowie Infokästen zu leicht verwechselbaren Wörtern]*. Mannheim, Zürich: Dudenverl. (=Der Duden in zwölf Bänden das Standardwerk zur deutschen Sprache / hrsg. vom Wissenschaftlichen Rat der Dudenredaktion: Matthias Wermke . . . ; Bd. 10).
- Koppetsch, C. (2006a): *Das Ethos der Kreativen. Eine Studie zum Wandel von Arbeit und Identität am Beispiel der Werbeberufe*. Zugl.: Lüneburg, Univ., Habil.-Schr., 2005. Konstanz: UVK Verl.-Ges. (=Analyse und Forschung Sozialwissenschaften).
- Koppetsch, C. (2006b): „Kreativsein als Subjektideal und Lebensentwurf. Zum Wandel beruflicher Integration im neuen Kapitalismus – das Beispiel der Werbeberufe“. In: Rehberg, Karl-Siegbert (Hrsg.): *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede. Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München 2004*. Frankfurt am Main, New York: Campus: 677–692.
- Koppetsch, C. (2008): „Der Markt der Ideen: Neue Wege der Professionalisierung am Beispiel der Kultur- und Medienberufe“. *Soziale Welt* 4/59: 327–350.
- Kotthoff, H. (1998): *Spaß Verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor*. Berlin, Boston: de Gruyter. (=Reihe Germanistische Linguistik 196).

- Kotthoff, H. (2005): „Konversationelle Karikaturen. Über Selbst- und Fremdstilisierungen in Alltagsgesprächen“. In: Röcke, Werner/Velten, Hans Rudolf (Hrsg.): *Lachgemeinschaften. Kulturelle Inszenierungen und soziale Wirkungen von Gelächter im Mittelalter und in der Frühen Neuzeit*. Berlin, Boston: de Gruyter: 331–351.
- Kozbelt, A./Beghetto, R. A./Runco, M. A. (2010): „Theories of Creativity“. In: Kaufman, James C./Sternberg, Robert J. (Hrsg.): *The Cambridge handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press: 20–47.
- Krämer, H. (2014): *Die Praxis der Kreativität. Eine Ethnografie kreativer Arbeit*. s.l., Berlin: transcript Verlag; de Gruyter. (=Gesellschaft der Unterschiede v.18).
- Krämer, H. (2015): „Die (Un-)Wahrscheinlichkeit des Neuen. Wie Werbeagenturen Dauerinnovationen organisieren“. In: Lessenich, Stephan (Hrsg.): *Routinen der Krise – Krise der Routinen. Verhandlungen des 37. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Trier 2014*. o.O.: 609–619.
- Krämer, H. (2017): „Creativity at Work: Methodological Challenges for a Praxeological Research Program“. In: Jonas, Michael/Littig, Beate/Wroblewski, Angela (Hrsg.): *Methodological reflections on practice oriented theories*. Cham, Switzerland: Springer: 205–219.
- Krausz, M./Dutton, D./Bardsley, K. (Hrsg.) (2009): *The idea of creativity*. Leiden, Boston: Brill. (=Philosophy of history and culture v. 28).
- Kripke, S. A./Pape, H. (2006): *Wittgenstein über Regeln und Privatsprache. Eine elementare Darstellung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (=Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 1783).
- Krug, M. (2022): *Gleichzeitigkeit in der Interaktion. Strukturelle (In)Kompatibilität bei Multiaktivitäten in Theaterproben*: de Gruyter. (=Linguistik – Impulse & Tendenzen 99).
- Kudlien, F./Ritter, H. H. (2017): „Normal, Normalität“. In: Ritter, Joachim et al. (Hrsg.): *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*. Basel: Schwabe Verlag: Sp. 920.
- Labov, W. (1978): *Sociolinguistic patterns*. Oxford: Blackwell.
- Lacocque, A. (2020): *Work and creativity. A philosophical study from creation to postmodernity / André LaCocque*. Lanham: Fortress Academic.
- Lakoff, G./Johnson, M. (1999): *Philosophy in the flesh. The embodied mind and its challenge to Western thought / George Lakoff and Mark Johnson*. New York: Basic Books.

- Lakoff, G./Johnson, M. (2003): *Metaphors we live by*. Chicago, Ill., London: University of Chicago Press.
- Lamberty, C. (2015): *Reklame in Deutschland 1890–1914. Wahrnehmung, Professionalisierung und Kritik der Wirtschaftswerbung*. Berlin: Duncker & Humblot. (=Beiträge zur Verhaltensforschung v.38).
- Langlotz, A. (2006): *Idiomatic creativity. A cognitive-linguistic model of idiom-representation and idiom-variation in English* / Andreas Langlotz. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins. (=Human cognitive processing, 1387-6724 v. 17).
- Langlotz, A. (2016): „Language, creativity and cognition“. In: Jones, Rodney H. (Hrsg.): *The Routledge handbook of language and creativity*. London, New York: Routledge: 40–60.
- Latour, B. (2001): „Eine Soziologie ohne Objekt?“. *Berliner Journal für Soziologie* 2/11: 237–252.
- Lebaron, C. D./Streeck, J. (1997): „Built Space and the Interactional Framing of Experience During a Murder Interrogation“. *Human Studies* 1/20: 1–25.
- Lefèvre, M. (2015): „Bewertungspartikeln als kommunikative Funktionsklasse“. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 1/45: 30–45.
- Lenk, H. (2000): *Kreative Aufstiege. Zur Philosophie und Psychologie der Kreativität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (=Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 1456).
- Liddell, S. K. (1995): *Real, surrogate and token space: Grammatical consequences in ASL*. <https://www.degruyter.com/database/COGBIB/entry/cogbib.7671/html>.
- Lindström, A./Mondada, L. (2009): „Assessments in Social Interaction: Introduction to the Special Issue“. *Research on Language and Social Interaction* 4/42: 299–308.
- Linke, A. (2012): „Körperkonfigurationen: Die Sitzgruppe. Zur Kulturgeschichte des Verhältnisses von Gespräch, Körpern und Raum vom 18. bis zum Ende des 20. Jahrhunderts“. *Jahrbuch für Germanistische Sprachgeschichte* Vol.3(1): 185–214.
- Linz, E./Hrncal, C./Schlinkmann, E. (2016): „Foyergespräche im Theater“. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 4/46: 523–546.
- Loacker, B. (2014): *kreativ prekär. Künstlerische Arbeit und Subjektivität im Postfordismus*. s.l.: transcript Verlag. (=Sozialtheorie).
- Löw, M. (2013): *Raumsoziologie*. Berlin: Suhrkamp.

- Lubart, T. (2018): *The creative process. Perspectives from multiple domains / edited by Todd Lubart*. London: Palgrave Macmillan. (=Palgrave studies in creativity and culture).
- Luckner, A. (2005): „Drei Arten, nicht weiterzuwissen – Orientierungsphasen, Orientierungskrisen, Neuorientierungen.“. In: Stegmaier, Werner (Hrsg.): *Orientierung. Philosophische Perspektiven*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luginbühl, M. et al. (2021): „Quantitative and Qualitative Approaches in Conversation Analysis: Methodological Reflections on a Study of Argumentative Group Discussions“. *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 22: 179–236.
- Luhmann, N. (1992): *Die Wissenschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (=Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 1001).
- Luria, S. R./Baer, J./Kaufman, J. C. (Hrsg.) (2019): *Creativity and Humor*. London: Elsevier. (=Explorations in creativity research).
- Lyons, J. (1977): *Semantics*. (=Semantics / John Lyons Vol. 2).
- Mahrenholz, S. (2011): *Kreativität. Eine philosophische Analyse*. Berlin: Akademie Verlag. (=Philosophie 10-2012).
- Maroni, B./Gnisci, A./Pontecorvo, C. (2008): „Turn-taking in classroom interactions: Overlapping, interruptions and pauses in primary school“. *European Journal of Psychology of Education* 1/23: 59–76.
- Martinez, M. et al. (2012): „Theory Blending as a Framework for Creativity in Systems for General Intelligence“ 4: 219–239.
- Maury-Rouan, C. (2011): „Voices“ and bodies“. In: Stam, Gale/Ishino, Mika (Hrsg.): *Integrating Gestures*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company: 309–320.
- Maybin, J. (2016): „Everyday language creativity“. In: Jones, Rodney H. (Hrsg.): *The Routledge handbook of language and creativity*. London, New York: Routledge: 25–39.
- Maybin, J./Swann, J. (2007): „Everyday Creativity in Language: Textuality, Contextuality, and Critique“. *Applied Linguistics* 4/28: 497–517.
- Mayer, R. E. (2007): „Fifty Years of Creativity Research“. In: Sternberg, Robert J. (Hrsg.): *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 449–460.
- McAdam, R./Keogh, W. (2004): „Transitioning Towards Creativity and Innovation Measurement in SMEs“. *Creativity and Innovation Management* 2/13: 126–139.

- McNeill, D. (1995): *Hand and mind. What gestures reveal about thought*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Mednick, S. A. (1968): „The Remote Associates Test*“. *The Journal of Creative Behavior* 3/2: 213–214.
- Merriotsy, P. (2013): „A Note on Big-C Creativity and Little-c Creativity“. *Creativity Research Journal* 4/25: 474–476.
- Mey, G./Mruck, K. (Hrsg.) (2010): *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Miklantz, E. (1996): *Kristallisierter Sinn. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie des Artefakts*. Zugl.: Wien, Wirtschaftsuniv., Diss., 1995. München: Profil. (=Technik- und Wissenschaftsforschung 27).
- Moltmann, J./Rath, N. (2017): „Neu, das Neue“. In: Ritter, Joachim et al. (Hrsg.): *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*. Basel: Schwabe Verlag: 725–730.
- Mommertz, E. (2009): *Acoustics and sound insulation. Principles, planning, examples*. Basel, Switzerland: Birkhäuser/Edition Detail. (=Detail practice).
- Mondada, L. (2007a): „Interaktionsraum und Koordinierung“. In: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen: Narr: 55–94.
- Mondada, L. (2007b): „Multimodal resources for turn-taking“. *Discourse Studies* 2/9: 194–225.
- Mondada, L. (2011): „Understanding as an embodied, situated and sequential achievement in interaction“. *Journal of Pragmatics* 2/43: 542–552.
- Mondada, L. (2012a): „The dynamics of embodied participation and language choice in multilingual meetings“. *Language in Society* 2/41: 213–235.
- Mondada, L. (2012b): „Video recording as the reflexive preservation / configuration of phenomenal features for analysis“. In: Knoblauch, Hubert et al. (Hrsg.): *Video Analysis. Qualitative Audiovisual Data Analysis in Sociology*. Frankfurt: Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften: 51–68.
- Mondada, L. (2013a): „37. Multimodal interaction“. In: Cienki, Alan J. et al. (Hrsg.): *Body – Language – Communication. An international handbook on multimodality in human interaction: Volume 1*. Berlin: de Gruyter Mouton: 577–589.

- Mondada, L. (2013b): „Displaying, contesting and negotiating epistemic authority in social interaction. Descriptions and questions in guided visits“. *Discourse Studies* 5/15: 597–626.
- Mondada, L. (2013c): „Interactional space and the study of embodied talk-in-interaction“. In: Auer, Peter et al. (Hrsg.): *Space in language and linguistics. Geographical, interactional, and cognitive perspectives*. Berlin: de Gruyter: 247–275.
- Mondada, L. (2014): „The local constitution of multimodal resources for social interaction“. *Journal of Pragmatics* 65: 137–156.
- Mondada, L. (2016a): „17. Multimodal resources and the organization of social interaction“. In: Rocci, Andrea/Saussure, Louis de (Hrsg.): *Verbal communication*. Berlin, Boston: de Gruyter Mouton.
- Mondada, L. (2016b): „Challenges of multimodality: Language and the body in social interaction“. *Journal of Sociolinguistics* 3/20: 336–366.
- Mondada, L. (2016c): „Challenges of multimodality: Language and the body in social interaction“. *Journal of Sociolinguistics* 3/20: 336–366.
- Mondada, L. (2018): „Multiple Temporalities of Language and Body in Interaction: Challenges for Transcribing Multimodality“. *Research on Language & Social Interaction* 1/51: 85–106.
- Mondada, L. (2019): „Contemporary issues in conversation analysis: Embodiment and materiality, multimodality and multisensoriality in social interaction“. *Journal of Pragmatics* 145: 47–62.
- Mondada, L. (2022): „Adjusting step-by-step trajectories in public space: the micro-sequentiality of approaching and refusing to be approached“. *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 23: 36–65.
- Mondada, L./Oloff, F. (2011): „Chapter 24. Gestures in overlap“. In: Stam, Gale/Ishino, Mika (Hrsg.): *Integrating Gestures*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company: 321–338.
- Mondada, L./Schmitt, R. (Hrsg.) (2010a): *Situationseröffnungen. Zur multimodalen Herstellung fokussierter Interaktion*. Tübingen: Narr. (=Studien zur deutschen Sprache 47).
- Mondada, L./Schmitt, R. (2010b): „Zur Multimodalität von Situationseröffnungen“. In: Mondada, Lorenza/Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Situationseröffnungen. Zur multimodalen Herstellung fokussierter Interaktion*. Tübingen: Narr: 7–53.

- Montuori, A./Purser, R. E. (1995): „Deconstructing the Lone Genius Myth: Toward a Contextual View of Creativity“. *Journal of Humanistic Psychology* 3/35: 69–112.
- Monzoni, C. M./Drew, P. (2009): „Inter-interactional contexts of story-interventions by non-knowledgeable story recipients in (Italian) multi-person interaction“. *Journal of Pragmatics* 2/41: 197–218.
- Mooallem, J. (2011): „The Wild, Mysterious History of Sports’ Most Enduring Gesture: The High Five“. *ESPN The Magazine* August 8/2011.
- Morrel-Samuels, P./Krauss, R. M. (1992): „Word familiarity predicts temporal asynchrony of hand gestures and speech“. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition* 3/18: 615–622.
- Müller, C. (1996): *Redebegleitende Gesten. Kulturgeschichte, Theorie, Sprachvergleich / Cornelia Müller*. Berlin.
- Müller, C. (2010): „Zur Unhöflichkeit von Zeigegesten: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie“. In: Lubkoll, Christine et al. (Hrsg.): *Germanistik Online Datenbank: Internationales Referatenorgan mit bibliographischen Hinweisen seit 1960*: de Gruyter.
- Müller, C./Bohle, U. (2007): „Das Fundament fokussierter Interaktion. Zur Vorbereitung und Herstellung von Interaktionsräumen durch körperliche Koordination“. In: Schmitt, Reinhold (Hrsg.): *Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen: Narr.
- Müller, R. (2012): *Die Metapher. Kognition, Korpusstilistik und Kreativität*. Paderborn: Mentis. (=Poetogenesis).
- Mumford, M. D. (2003): „Where Have We Been, Where Are We Going? Taking Stock in Creativity Research“. *Creativity Research Journal* 2–3/15: 107–120.
- Munat, J. (2016): „Lexical creativity“. In: Jones, Rodney H. (Hrsg.): *The Routledge handbook of language and creativity*. London, New York: Routledge: 92–106.
- Mundwiler, V. (2017): *Beurteilungsgespräche in der Schule. Eine gesprächsanalytische Studie zur Interaktion zwischen Lehrpersonen, Eltern sowie Schülerinnen und Schülern / Vera Mundwiler*. Tübingen: Narr Francke Attempto. (=Basler Studien zur deutschen Sprache und Literatur Band 98).
- Nemeth, C. J. et al. (2004): „The liberating role of conflict in group creativity: A study in two countries“. *European Journal of Social Psychology* 4/34: 365–374.

- Nielsen, M. F. (2009): „Interpretative Management in Business Meetings: Understanding Managers’ Interactional Strategies through Conversation Analysis“. *Journal of Business Communication* 1/46: 23–56.
- Nishizaka, A. (2020): „Appearance and Action: The Sequential Organization of Instructions in Japanese Calligraphy Lessons“. *Research on Language and Social Interaction* 3/53: 295–323.
- Nixon, S. (2003): *Advertising cultures. Gender, commerce, creativity*. Thousand Oaks, Calif, London: Sage. (= *Culture, representation and identities*).
- Nöbauer, H. (2013): „Der Körper, der auf dem Sessel sitzt“. In: Böhler, Arno/Herzog, Christian/Pechriggl, Alice (Hrsg.): *Korporale Performanz*: transcript Verlag: 21–46.
- Nöcker, R. (2014): *Ökonomie der Werbung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Norris, S. (2004): *Analyzing multimodal interaction. A methodological framework*. New York, NY: Routledge.
- Norris, S. (2011): *Identity in (inter)action. Introducing multimodal interaction analysis*. Berlin, New York: de Gruyter Mouton. (= *Trends in applied linguistics* 4).
- Norris, S. (2016): „5. Multimodal Interaction – Language and Modal Configurations“. In: Stöckl, Hartmut/Klug, Nina-Maria (Hrsg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin, Boston: de Gruyter.
- North, S. (2007): „‘The Voices, the Voices’: Creativity in Online Conversation“. *Applied Linguistics* 4/28: 538–555.
- Novitz, D. (1999): „Creativity and constraint“. *Australasian Journal of Philosophy* 1/77: 67–82.
- Oben, B./Brône, G. (2016): „Explaining interactive alignment: A multimodal and multifactorial account“. *Journal of Pragmatics* 104: 32–51.
- Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) (Hrsg.) (2000): *Die kreative Gesellschaft des 21. Jahrhunderts*. Paris: OECD. (= *Zukunftstudien*).
- Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) (2019): *PISA 2021 Creative Thinking Framework. (Third Draft)*. <https://www.oecd.org/pisa/publications/PISA-2021-Creative-Thinking-Framework.pdf> (29.04.2022).
- Pardey, U. (2002): „Unschärfe Grenzen. Über die Haufen-Paradoxie, den Darwinismus und die rekursive Grammatik.“. *Journal for General Philosophy of Science* 2/33: 323–348.

- Parnes, S. J./Harding, H. F. (1962): *A source book for creative thinking*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Partridge, K./Begole, B. (2011): „Activity-Based Advertising“. In: Müller, Jörg/Alt, Florian/Michelis, Daniel (Hrsg.): *Pervasive advertising*. London: Springer: 83–101.
- Paßmann, J. (2015): „Bewertungssysteme. Medienpraktiken im Umgang mit Fremden“. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 1/45: 141–166.
- Paulus, P. B./Nijstad, B. A. (2003): *Group creativity. Innovation through collaboration / edited by Paul B. Paulus and Bernard A. Nijstad*. Oxford: Oxford University Press.
- Pawlowski, T. (1980): *Begriffsbildung und Definition*. Berlin, Boston: de Gruyter.
- Pelz, D. C./Andrews, F. M. (1966): *Scientists in organizations. Productive climates for research and development*. New York: Wiley.
- Pennycook, A. (2007): „‘The Rotation Gets Thick. The Constraints Get Thin’: Creativity, Recontextualization, and Difference“. *Applied Linguistics* 4/28: 579–596.
- Pfänder, S./Herlinghaus, H./Scheidt, C. E. (2017): „Synchronisation in Interaktion: Eine interdisziplinäre Annäherung an multimodale Resonanz“. In: Breyer, Thimo et al. (Hrsg.): *Resonanz – Rhythmus – Synchronisierung. Interaktionen in Alltag, Therapie und Kunst*. Bielefeld: Transcript: 65–84.
- Phillips, B. J./McQuarrie, E. F./Griffin, W. G. (2014): „How Visual Brand Identity Shapes Consumer Response“. *Psychology & Marketing* 3/31: 225–236.
- Plucker, J. A./Makel, M. C. (2010): „Assessment of Creativity“. In: Kaufman, James C./Sternberg, Robert J. (Hrsg.): *The Cambridge handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pomerantz, A. (1984): „Agreeing and disagreeing with assessments: some features of preferred/dispreferred turn shapes“. In: Atkinson, J. Maxwell/Heritage, John (Hrsg.): *Structures of social action. Studies in conversation analysis / edited by J. Maxwell Atkinson and John Heritage*. Cambridge: Cambridge University Press: 57–101.
- Pomerantz, A./Bell, N. D. (2007): „Learning to Play, Playing to Learn: FL Learners as Multicompetent Language Users“. *Applied Linguistics* 4/28: 556–578.
- Popitz, H. (2000): *Wege der Kreativität*. Tübingen: Mohr Siebeck.

- Preda, A. (2000): „Order with Things? Humans, Artifacts, and the Sociological Problem of Rule-Following“. *Journal for the Theory of Social Behaviour* 3/30: 269–298.
- Psathas, G. (1995): *Conversation analysis. Study of talk-in-interaction / George Psathas*.
- Pylyshyn, Z. W. (1986): *Computation and cognition. Toward a foundation for cognitive science*. Cambridge, Mass.: MIT Pr. (=Bradford Books).
- R Core Team (2022): *R: A language and environment for statistical computing*. Vienna, Austria: R Foundation for Statistical Computing.
- Reckwitz, A. (2014): *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp. (=Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 1995).
- Reckwitz, A. (2016): *Kreativität und soziale Praxis. Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie*. Bielefeld: Transcript. (=Sozialtheorie).
- Reckwitz, A. (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Reinecke, R. (2023): „Süß, aber nicht cool genug. Gender equality in Bewertungssequenzen von Werbetreibenden“. In: Bendel Larcher, Sylvia/Pick, Ina (Hrsg.): *Good Practice in der institutionellen Kommunikation. Von der Deskription zur Bewertung in der Angewandten Gesprächsforschung*. Berlin: de Gruyter: angenommen.
- Reinecke, R. (2016): *Kreativität in Interaktion. Der Kreativraum einer Werbeagentur aus der Perspektive der multimodalen Interaktionsanalyse*. Masterarbeit.
- Remmers, B. (2011): „Office design and knowledge economy“. In: Schittich, Christian (Hrsg.): *Work Environments: DETAIL – Institut für internationale Architektur-Dokumentation GmbH & Co. KG: 26–34*.
- Rieber, R. W. (1997): *The Collected Works of L. S. Vygotsky*. Boston, MA: Springer US.
- Ritter, J. et al. (Hrsg.) (2017): *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*. Basel: Schwabe Verlag.
- Roe, A. (1952): „A Psychologist Examines 64 Eminent Scientists“. *Scientific American* 5/187: 21–25.
- Rossano, F. (2012): *Gaze behaviour in face-to-face interaction*. Nijmegen, Radboud University Nijmegen, PhD Thesis.
- Rossbach, M. (2009): „Creative Innovation – Insights from Neurobiology and Economics and Their Implications for Social Decision-Making“. In: Jansen, Stephan A./Schröter, Eckhard/Stehr, Nico (Hrsg.): *Rationalität der*

- Kreativität? Multidisziplinäre Beiträge zur Analyse der Produktion, Organisation und Bildung von Kreativität.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden: 13–30.
- Rossiter, J. R. et al. (2001): „Brain-Imaging Detection of Visual Scene Encoding in Long-term Memory for TV Commercials“. *Journal of Advertising Research* 2/41: 13–21.
- Rumpfhuber, A. (2013): *Architektur immaterieller Arbeit*. Wien: Turia + Kant. (=Kollektive gestalten 1).
- Runco, M. A. (2017): „Comments on Where the Creativity Research Has Been and Where Is It Going“. *The Journal of Creative Behavior* 4/51: 308–313.
- Runco, M. A./Plucker, J. A./Lim, W. (2001): „Development and Psychometric Integrity of a Measure of Ideational Behavior“. *Creativity Research Journal* 3–4/13: 393–400.
- Sacks, H. (1984a): „Notes on methodology“. In: Atkinson, J. Maxwell/Heritage, John (Hrsg.): *Structures of social action. Studies in conversation analysis / edited by J. Maxwell Atkinson and John Heritage*. Cambridge: Cambridge University Press: 21–27.
- Sacks, H. (1984b): „On doing “being ordinary”“. In: Atkinson, J. Maxwell/Heritage, John (Hrsg.): *Structures of social action. Studies in conversation analysis*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 413–429.
- Sacks, H. (1998a): „Features of a recognizable ‘story’; Story prefaces; Sequential locator terns; Lawful interruption“. In: Jefferson, Gail (Hrsg.): *Lectures on conversation. Volumes I & II*. Oxford u.a.: Blackwell: 17–31.
- Sacks, H. (1998b): *Lectures on conversation. Volumes I & II*. Oxford u.a.: Blackwell.
- Sacks, H. (1998c): „Stories take more than one utterance; story prefaces“. In: Jefferson, Gail (Hrsg.): *Lectures on conversation. Volumes I & II*. Oxford u.a.: Blackwell: 222–228.
- Sacks, H. (1998d): „Story organization; Tallability; Coincidence, etc.“. In: Jefferson, Gail (Hrsg.): *Lectures on conversation. Volumes I & II*. Oxford u.a.: Blackwell: 229–241.
- Sacks, H./Schegloff, E. A./Jefferson, G. (1974): „A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation“. *Language* 4/50: 696.
- Sager, S. F. (1982): „Sind Bewertungen Handlungen?/Evaluations – are they actions?“. *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 10: 38.

- Sander, M. (1993): „Der Planungsprozeß der Werbung“. In: Berndt, Ralph/Hermanns, Arnold (Hrsg.): *Handbuch Marketing-Kommunikation*. Wiesbaden: Gabler Verlag: 261–284.
- Santos, S./Espírito Santo, P./Ferreira, S. (2021): „Storytelling in Advertising: From Narrative to Brand Distinctiveness“. In: Martins, Nuno/Brandão, Daniel (Hrsg.): *Advances in Design and Digital Communication. Proceedings of the 4th International Conference on Design and Digital Communication, Digicom 2020, November 5–7, 2020, Barcelos, Portugal*. Cham: Springer International Publishing; Imprint Springer: 516–527.
- Sawyer, R. K. (2007): *Group genius. The creative power of collaboration / Keith Sawyer*. New York: BasicBooks; London: Perseus Running [distributor].
- Sawyer, R. K. (2012): *Explaining creativity. The science of human innovation / R. Keith Sawyer*. New York: Oxford University Press.
- Sawyer, R. K./DeZutter, S. (2009): „Distributed creativity. How collective creations emerge from collaboration“. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts* 2/3: 81–92.
- Scharloth, J. (2009): „Theatrale Kommunikation als Interaktionsmodalität“. In: Buss, Mareike et al. (Hrsg.): *Theatralität des sprachlichen Handelns. Eine Metaphorik zwischen Linguistik und Kulturwissenschaften*. Paderborn: Fink: 337–356.
- Schegloff, E. A. (1968): „Sequencing in Conversational Openings“. *American Anthropologist* 6/70: 1075–1095.
- Schegloff, E. A. (1984): „On Some Gestures' Relation to Talk“. In: Atkinson, J. Maxwell/Heritage, John (Hrsg.): *Structures of social action. Studies in conversation analysis*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 266–296.
- Schegloff, E. A. (1986): „The routine as achievement“. *Human Studies* 2–3/9: 111–151.
- Schegloff, E. A. (1991): „Conversation analysis and socially shared cognition“. In: Resnick, Lauren B./Levine, John M./Teasley, Stephanie D. (Hrsg.): *Perspectives on socially shared cognition*. Washington: American Psychological Association: 150–171.
- Schegloff, E. A. (1992): „Repair After Next Turn: The Last Structurally Provided Defense of Intersubjectivity in Conversation“. *American Journal of Sociology* 5/97: 1295–1345.
- Schegloff, E. A. (2000): „Overlapping talk and the organization of turn-taking for conversation“. *Language in Society* 1/29: 1–63.

- Schegloff, E. A. (2007a): „A tutorial on membership categorization“. *Journal of Pragmatics* 3/39: 462–482.
- Schegloff, E. A. (2007b): *Sequence Organization in Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schegloff, E. A./Sacks, H. (1973): „Opening up Closings“. *Semiotica* 4/8.
- Scheible, H. (2012): *Kritische Ästhetik. Von Kant bis Adorno*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Schierl, T. (2002a): „Der Werbeprozess aus organisationsorientierter Perspektive“. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte: Produktionen und Rezeptionen: Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 429–444.
- Schierl, T. (2002b): „Grau, mein Freund, ist alle Theorie. . . Die Diffusion kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse in der werblichen Kommunikationspraxis“. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte: Produktionen und Rezeptionen: Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 465–480.
- Schildknecht, C. (2005): „Argument und Einsicht. Orientierungswissen als Begründungswissen.“. In: Stegmaier, Werner (Hrsg.): *Orientierung. Philosophische Perspektiven*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schmid, W. (2014): *Elemente der Narratologie*. Berlin, Boston: de Gruyter. (=De-Gruyter-Studium).
- Schmidt, A./Deppermann, A. (2021): „Instruieren in kreativen Settings – wie Vorgaben der Regie durch Schauspielende ausgestaltet werden“. *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 22: 237–271.
- Schmidt, R. (2012): *Soziologie der Praktiken. Konzeptionelle Studien und empirische Analysen*. Berlin: Suhrkamp. (=Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 2030).
- Schmitt, R. (2004): „Die Gesprächspause: Verbale „Auszeiten“ aus multimodaler Perspektive“. *Deutsche Sprache* 32: 56–84.
- Schmitt, R. (2005): *Zur multimodalen Struktur von turn-taking*. <http://www.gespraechsforschung-online.de/fileadmin/dateien/heft2005/ga-schmitt.pdf> (26.02.2016).
- Schmitt, R. (2006): „Videoaufzeichnungen als Grundlage für Interaktionsanalysen“. *Deutsche Sprache* 01+02/2006: 18–31.
- Schmitt, R. (Hrsg.) (2007): *Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen: Narr. (=Studien zur deutschen Sprache Band 38).

- Schmitt, R./Deppermann, A. (2010): „Die multimodale Konstitution eines imaginären Raums als interaktive Problemlösung“. In: Deppermann, Arnulf/Linke, Angelika (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*: 199–241.
- Schmitt, R./Knöbl, R. (2013): „Recipient design aus multimodaler Sicht“. *Deutsche Sprache* 41/3: 242–276.
- Schrader, W. H./Kimminich, O. (2017): „Konvention“. In: Ritter, Joachim et al. (Hrsg.): *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*. Basel: Schwabe Verlag: 1071–1078.
- Schröder, A./Mühleisen, S. (2010): „New ways of investigating morphological productivity“. *Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik* Vol. 35, No. 1: 43–60.
- Schulze, G. (2002): „Wohin bewegt sich die Werbung?“. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte: Produktionen und Rezeptionen: Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 973–995.
- Schumann, E. (2017): „Gemeinsamkeit erleben und wiederherstellen: Über Synchronisierung im Gespräch“. In: Breyer, Thimo et al. (Hrsg.): *Resonanz – Rhythmus – Synchronisierung*: transcript Verlag: 161–176.
- Schumpeter, J. (2006): *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Nachdruck der 1. Auflage von 1912. Hrsg. und erg. um eine Einführung von Jochen Röpke*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Schwartzman, H. B. (1989): *The Meeting*. Boston, MA: Springer US.
- Searle, J. R. (1974): *Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. (=Theorie).
- Selting, M. et al. (2009): „Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2)“. *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 10: 353–402.
- Semino, E. (2008): *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shweder, R. A. (1990): „Cultural psychology – what is it?“. In: Stigler, James W./Schweder, Richard A./Herdt, Gilbert (Hrsg.): *Cultural Psychology. Essays on Comparative Human Development*. Cambridge: Cambridge University Press: 1–44.
- Sidnell, J. (2006): „Coordinating Gesture, Talk, and Gaze in Reenactments“. *Research on Language & Social Interaction* 4/39: 377–409.
- Sidnell, J./Stivers, T. (Hrsg.) (2013): *The handbook of conversation analysis*. Chichester: Wiley-Blackwell. (=Blackwell handbooks in linguistics).

- Siegert, G./Brecheis, D. (2010): *Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. (= *Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft*).
- Simonton, D. K. (2009): „Chapter Four. Creativity As A Darwinian Phenomenon: The Blind-Variation and Selective-Retention Model“. In: Bardsley, Karen/Dutton, Denis/Krausz, Michael (Hrsg.): *The Idea of Creativity*: Brill: 63–81.
- Skinner, B. F. (1957): *Verbal behavior*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. (= *century psychology series*).
- Sperber, D./Wilson, D. (1986): *Relevance. Communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Sperber, D./Wilson, D. (1995): *Relevance. Communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Sperber, D./Wilson, D. (2002): „Pragmatics, Modularity and Mind-reading“. *Mind & Language* 1-2/17: 3–23.
- Spiegel, C./Spranz-Fogasy, T. (2001): „Aufbau und Abfolge von Gesprächsphasen“. In: Brinker, Klaus et al. (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik / Linguistics of Text and Conversation, Part 2*. Berlin • New York: Walter de Gruyter: 1241–1252.
- Stec, K./Huiskes, M./Redeker, G. (2016): „Multimodal quotation: Role shift practices in spoken narratives“. *Journal of Pragmatics* 104: 1–17.
- Steiner, G. (2011): *Das Planetenmodell der kollaborativen Kreativität*. Wiesbaden: Gabler.
- Sternberg, R. J. (Hrsg.) (2007): *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Sternberg, R. J./Dess, N. K. (2001): „Creativity for the new millennium“. *American Psychologist* 4/56: 332.
- Stigler, J. W./Schweder, R. A./Herdt, G. (Hrsg.) (1990): *Cultural Psychology. Essays on Comparative Human Development*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stivers, T./Sidnell, J. (2005): „Introduction: Multimodal interaction“. *Semiotica* 156/2005: 1–20.
- Stokes, D. (2014): „The Role of Imagination in Creativity“. In: Paul, Elliot Samuel/Kaufman, Scott Barry (Hrsg.): *The Philosophy of Creativity*: Oxford University Press: 157–184.
- Streeck, J. (1993): „Gesture as communication I: Its coordination with gaze and speech“. *Communication Monographs* 4/60: 275–299.

- Streeck, J./Goodwin, C./LeBaron, C. (Hrsg.) (2013): *Embodied interaction. Language and body in the material world; [learning in doing: social, cognitive, and computational perspectives]*. New York: Cambridge Univ. Press.
- Streeck, J./Grothues, J. (2011): *Gesturecraft. The manu-facture of meaning*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. (= *Gesture Studies* vol. 2).
- Streeck, J./Knapp, M. L. (1992): „The Interaction of Visual and Verbal Features in Human Communication“. In: Poyatos, Fernando (Hrsg.): *Advances in non-verbal communication. Sociocultural, clinical, esthetic, and literary perspectives*. Amsterdam: Benjamins: 3.
- Streeck, J./Krämer, H./Salomon, R. (2019): „Zwischen den Stühlen der Konversationsanalyse und der Ethnomethodologie. Jürgen Streeck im Gespräch mit Hannes Krämer & René Salomon“.
- Strube, W./Burke, E. (Hrsg.) (1980): *Philosophische Untersuchung ueber den Ursprung unserer Ideen vom Erhabenen und Schoenen*. Hamburg: Meiner. (= *Philosophische Bibliothek* 324).
- Stukenbrock, A. (2009): „Herausforderungen der multimodalen Transkription: Methodische und theoretische Überlegungen aus der wissenschaftlichen Praxis“. In: Birkner, Karin/Stukenbrock, Anja (Hrsg.): *Die Arbeit mit Transkripten in Fortbildung, Lehre und Forschung*. Mannheim: Verl. für Gesprächsforschung: 144–170.
- Stukenbrock, A. (2010): „Überlegungen zu einem multimodalen Verständnis der gesprochenen Sprache am Beispiel deiktischer Verwendungsweisen des Ausdrucks so“. In: Dittmar, Norbert/Bahlo, Niels (Hrsg.): *Beschreibungen für gesprochenes Deutsch auf dem Prüfstand. Analysen und Perspektiven*. Frankfurt am Main: Lang: 165–195.
- Stukenbrock, A. (2012a): „Imagined spaces as a resource in interaction“. *Bulletin VALS-ASLA* 96: 141–161.
- Stukenbrock, A. (2012b): „Zur Beredsamkeit des Körpers. Figurendarstellung und Figurenwissen als multimodale Alltagsinszenierung“. In: Jappe, Lilith/Krämer, Olav/Lampart, Fabian (Hrsg.): *Figurenwissen. Funktionen von Wissen bei der narrativen Figurendarstellung*. s.l.: Walter de Gruyter GmbH Co.KG: 345–385.
- Stukenbrock, A. (2013): „What difference does space make for interaction and interaction in space?“. In: Auer, Peter et al. (Hrsg.): *Space in language and linguistics. Geographical, interactional, and cognitive perspectives*. Berlin: de Gruyter: 401–410.

- Stukenbrock, A. (2015): *Deixis in der face-to-face-Interaktion*. (=linguae & litterae 47).
- Stukenbrock, A. (2020): „Mit Blick auf die Geste – multimodale Verfestigungen in der Interaktion“. In: Weidner, Beate et al. (Hrsg.): *Verfestigungen in der Interaktion*: de Gruyter: 231–262.
- Stukenbrock, A. (2021): „Multimodal Gestalts and Their Change Over Time: Is Routinization Also Grammaticalization?“. *Frontiers in Communication* 6.
- Sudnow, D. (1972): *Studies in social interaction*. New York: Free Press.
- Svennevig, J. (2012): „Interaction in workplace meetings“. *Discourse Studies* 1/14: 3–10.
- Swann, J./Pope, R./Carter, R. (2011): *Creativity in language and literature. The state of the art / edited by Joe Swann, Rob Pope and Ronald Carter*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Tannen, D. (1989): *Talking voices. Repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse / Deborah Tannen*. Cambridge: Cambridge University Press. (=Studies in interactional sociolinguistics 6).
- Torrance, E. P. (1998): *Torrance tests of creative thinking: Norms-technical manual: Figural (streamlined) forms A & B*: Scholastic Testing Service.
- Torrance, E. P. et al. (Hrsg.) (2010): *Handbook of creativity*. New York: Plenum Press. (=Perspectives on individual differences).
- Tsakona, V. (2020): *Recontextualizing Humor. Rethinking the analysis and teaching of humor*. Berlin, Boston: de Gruyter. (=Language play and creativity volume 4).
- Utterback, J. M. (1974): „Innovation in industry and the diffusion of technology“. *Science* 183 (1974): 620–626.
- van Marle, J. (2017): *On the paradigmatic dimension of morphological Creativity*. Berlin/Boston: De Gruyter Inc. (=Publications in Language Sciences Ser v.18).
- van Rossum, G. (2022): *Python*: Python Software Foundation.
- Vasquez, C. (2019): *Language, creativity and humour online*. New York: Routledge. (=Language and digital media).
- Veale, T./Feyaerts, K./Brône, G. (2006): „The cognitive mechanisms of adversarial humor“. *Humor – International Journal of Humor Research* 3/19: 293.
- Vega Moreno, R. E. (2007): *Creativity and convention. The pragmatics of everyday figurative speech*. Amsterdam: Benjamins. (=Pragmatics & beyond N.S., 156).

- Vine, B. (Hrsg.) (2018): *The Routledge handbook of language in the workplace*. New York: Routledge/Taylor & Francis Group. (=Routledge handbooks in applied linguistics).
- Weiner, R. (2000): *Creativity & beyond. Cultures, values, and change / Robert Paul Weiner*. Albany, NY, Great Britain: State University of New York Press.
- Weisberg, R. W. (2006): *Creativity. Understanding innovation in problem solving, science, invention, and the arts / Robert W. Weisberg*. Hoboken, N.J.: Wiley; [Chichester: John Wiley.
- Wiesand, A. J. (2006): „Kultur- oder „Kreativwirtschaft“: Was ist das eigentlich?“. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Kulturwissenschaft*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung: 8–16.
- Wildfeuer, J./Bateman, J./Hiippala, T. (2020): *Multimodalität. Grundlagen, Forschung und Analyse – Eine problemorientierte Einführung*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Willems, H. (Hrsg.) (2002): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte: Produktionen und Rezeptionen: Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wilson, D./Sperber, D. (2012): *Meaning and Relevance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Winnicott, D. W./Ermann, M. (2012): *Vom Spiel zur Kreativität*. Stuttgart: Klett-Cotta. (=Konzepte der Humanwissenschaften).
- Winter-Froemel, E./Thaler, V. (2018): *Cultures and Traditions of Wordplay and Wordplay Research*. Erscheinungsort nicht ermittelbar: de Gruyter.
- Wittgenstein, L. (2001): *Philosophische Untersuchungen. Kritisch-genetische Edition*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Zadeh, L. A. (1965): „Fuzzy sets“. *Information and Control* 3/8: 338–353.
- Zoglauer, T. (2016): *Einführung in die formale Logik für Philosophen*. Göttingen, Bristol, CT, U.S.A.: Vandenhoeck & Ruprecht. (=UTB Philosophie 1999).
- Zurstiege, G. (2002): „Die Gesellschaft der Werbung – was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet“. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte: Produktionen und Rezeptionen: Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 121–139.
- Zurstiege, G. (2015): *Medien und Werbung*. Wiesbaden: Springer VS. (=Medienwissen kompakt).

II. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Schematischer Grundriss des ‚Kreativraumes‘ der Werbeagentur Terry 2016 (eigene Darstellung)	38
Abb. 2:	Schematischer Grundriss des ‚Kreativraumes‘ der Werbeagentur Terry 2017 (eigene Darstellung)	39
Abb. 3:	Standbilder des leeren Raumes (Aufnahme vom 21.01.2016 um 09:45)	42
Abb. 4:	Standbilder des leeren Raumes (Aufnahme vom 15.11.2017 um 08:23)	43
Abb. 5:	Schematischer Grundriss des Aufenthaltsbereiches der Werbeagentur Athene 2018 (eigene Darstellung)	56
Abb. 6:	Schematischer Grundriss des allgemeinen Arbeitsbereiches der Kreativabteilung der Werbeagentur Athene 2018 (eigene Darstellung)	57
Abb. 7:	Schematischer Grundriss des Büros der Leiter der Kreativabteilung der Werbeagentur Athene 2018 (eigene Darstellung)	58
Abb. 8:	Kameraperspektiven 1–3 des Aufenthaltsraumes der Werbeagentur „Athene“	61
Abb. 9:	Grossraumbüro der Kreativabteilung der Werbeagentur „Athene“	66
Abb. 10:	Büroraum der Creative Directors	69
Abb. 11:	System model of creativity nach Feldman et al. (1994)	83
Abb. 12:	Conceptual map for language and creativity nach Jones (2016:2)	94
Abb. 13:	Analytisches Vorgehen und Organisation der Analyse	120
Abb. 14:	Umriss des Modells des interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses von Kreativität in den untersuchten Werbeagenturen	128
Abb. 15:	Setting Schlüsselsequenz	134
Abb. 16:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–010 von A_171116_K6_K7_Newspaper	142
Abb. 17:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 011–018 von A_171116_K6_K7_Newspaper	146

Abb. 18:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 019–028 von A_171116_K6_K7_Newspaper	147
Abb. 19:	Layerdarstellung der Bewegung von GER (links) und HAN (rechts) in den Kreativraum	150
Abb. 20:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–006 von T_171031_K1_Früchte	152
Abb. 21:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 006–010 von T_171031_K1_Früchte	154
Abb. 22:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 018–022 von T_171019_K1_Laptop	157
Abb. 23:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 023–035 von T_171019_K1_Laptop	159
Abb. 24:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–003 von A_171115_K6_Surf	163
Abb. 25:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 004–005 von A_171115_K6_Surf	165
Abb. 26:	Versetzte Wahrnehmung / Layerdarstellung (Abstand zwischen den Positionen beträgt 500ms)	167
Abb. 27:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 001–009 von T_160121_K3_Navis_001-030	169
Abb. 28:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 010–015 von T_160121_K3_Navis_001-030	171
Abb. 29:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 016–025 von T_160121_K3_Navis_001-030	173
Abb. 30:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 026–025 von T_160121_K3_Navis_026-030	175
Abb. 31:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0041–0045 von A_171116_K6_K7_Newspaper	182
Abb. 32:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0045–0062 von A_171116_K6_K7_Newspaper	185
Abb. 33:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0063–0082 von A_171116_K6_K7_Newspaper	190
Abb. 34:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0487–0491 von A_171116_K6_K7_Newspaper	200
Abb. 35:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0506–0522 von A_171116_K6_K7_Newspaper	203
Abb. 36:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0580–0595 von A_171116_K6_Free_Coffee	207

Abb. 37:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0597–0612 von A_171116_K6_Free_Coffee	212
Abb. 38:	Vergleich Gestenräume Jonas (A_171116_K6_Free_Coffee, Zeilen 0580–0618)	214
Abb. 39:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0611–0618 von A_171116_K6_Free_Coffee	215
Abb. 40:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 446–453 von T_171019_K1_Laptop	232
Abb. 41:	Collection Modalisierungsmarker (Sequenzen aus T_171101_K1_Gipfelizmorge, A_171115_K6_K7_Verwandtschaft, T_171101_K1_K2_K3_Shooting, A_171115_K6_Surf)	235
Abb. 42:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0523–0525 von A_171116_K6_K7_Newspaper	246
Abb. 43:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0527–0536 von A_171116_K6_K7_Newspaper	248
Abb. 44:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0536–0546 von A_171116_K6_K7_Newspaper	252
Abb. 45:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0828–0833 von A_171115_K6_K7_Verwandtschaft	258
Abb. 46:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0638–0661 von A_171116_K6_Free_Coffee	265
Abb. 47:	Motion-Tracking der Brillen von Jonas (links, grün) und Frank (rechts, blau). Die Bewegungsverläufe entsprechen den Transkriptzeilen 0628–0732	267
Abb. 48:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeile 031 von T_171019_K1_K2_Laptop_Feedback	278
Abb. 49:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0550–0558 von A_171116_K6_K7_Newspaper	304
Abb. 50:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0559–0567 von A_171116_K6_K7_Newspaper	307
Abb. 51:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0568–0575 von A_171116_K6_K7_Newspaper	309
Abb. 52:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0591–0609 von A_171116_K6_K7_Newspaper	316
Abb. 53:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0704–0732 von A_171116_K6_Free_Coffee	321

Abb. 54:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0610–0634 von A_171116_K6_K7_Newspaper	328
Abb. 55:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 0635–0658 von A_171116_K6_K7_Newspaper	332
Abb. 56:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 2315–2319 von A_171116_K6_K7_Newspaper	339
Abb. 57:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 4955–4978 von A_171116_K6_K7_Big_Campaign	344
Abb. 58:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 2328–2335 von A_171116_K6_K7_Newspaper	351
Abb. 59:	Darstellung der Transkriptzeile 729 von T_171031_K1_ Früchte	360
Abb. 60:	Sequenzielle Darstellung der Transkriptzeilen 208–217 von A_171115_K6_Surf	361
Abb. 61:	Modell des interaktiven Aushandlungs- und Zuschreibungsprozesses von Kreativität in den untersuchten Werbeagenturen	377

III. Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Übersicht über das Datenmaterial	30
Tab. 2:	Quantifizierung der Redebeiträge (A_171116_K6_K7_ Newspaper)	135

IV. Transkriptverzeichnis

Transkript 1:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0001–0028) ..	140
Transkript 2:	T_171031_K1_Früchte (Zeilen 001–002)	155
Transkript 3:	T_171019_K1_Laptop (Zeilen 018–035)	156
Transkript 4:	A_171115_K6_Surf (Zeile 001)	162
Transkript 5:	A_171115_K6_Surf (Zeilen 001–004)	163
Transkript 6:	A_171115_K6_Surf (Zeilen 001–006)	164
Transkript 7:	T_160121_K3_Navis (Zeilen 001–030)	168
Transkript 8:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0028–0040) ..	180
Transkript 9:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0041–0083)	194
Transkript 10:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0480–0522) ..	196
Transkript 11:	A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0580–0618)	218
Transkript 12:	A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 1399–1404) ...	220
Transkript 13:	T_171031_K1_Wimmelbild (Zeilen 351–356)	223
Transkript 14:	A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 2198–2219)	225
Transkript 15:	Collection Titelsezung	228
Transkript 16:	T_171101_K1_Nachhaltigkeit (Zeilen 0028–0033)	230
Transkript 17:	T_160121_K1_Optiker (Zeilen 446–453)	233
Transkript 18:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0523–0546) ..	245
Transkript 19:	A_171115_K6_K7_Verwandtschaft (Zeilen 0828– 0834)	256
Transkript 20:	A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0623–0637)	263
Transkript 21:	A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0623–0687)	270
Transkript 22:	T_171131_K3_Zug (Zeilen 0192–0212)	272
Transkript 23:	T_171019_K1_K2_Laptop_Feedback (Zeilen 001– 035)	275
Transkript 24:	A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 1333–1378) ...	280
Transkript 25:	T_171102_K3_Zug (Zeilen 0052–0062)	282
Transkript 26:	A_171115_K6_K7_Verwandtschaft (Zeilen 1074– 1122)	285
Transkript 27:	A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 0805–0823) ..	289
Transkript 28:	A_180313_K6_K7_Kampagne 2 (Zeilen 1224–1239)	291
Transkript 29:	Collection Passung	293
Transkript 30:	T_171101_K1_Versicherung (Zeilen 0135–0175)	297
Transkript 31:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0546–0584) ..	302

Transkript 32:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0591–0609)	313
Transkript 33:	A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0695–0703)	319
Transkript 34:	A_171116_K6_Free_Coffee (Zeilen 0695–0732)	324
Transkript 35:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 0610–0663)	335
Transkript 36:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 2322–2327) ...	338
Transkript 37:	T_171101_K1_Gipfelizmorge (Zeilen 1634–1644)	340
Transkript 38:	T_171031_K1_Früchte (Zeilen 697–711)	342
Transkript 39:	A_171116_K6_Big_Campaign (Zeilen 4955–4972) ...	346
Transkript 40:	A_171116_K6_K7_Newspaper (Zeilen 2328–2381)	355
Transkript 41:	T_171031_K1_Früchte (Zeilen 712–736)	356
Transkript 42:	A_171115_K6_Surf (Zeilen 208–217)	363
Transkript 43:	T_160107_K6_Extravaganz (Zeilen 5612–5625)	364

V. Einverständniserklärung



Einverständniserklärung

Name: _____ (Vor- und Nachname)

E-Mail-Adresse: _____ (für die Zusendung der Kopie)

Im Rahmen des Promotionsprojekts von Robert Reinecke (Lehrstuhl: Prof. Dr. Martin Luginbühl; Deutsches Seminar, Universität Basel) wurden Audio- und Videoaufnahmen von mir gemacht. Mit meiner Unterschrift stimme ich der Verwendung dieser Aufnahmen zu wissenschaftlichen Zwecken zu. Ich wurde vorab über die Datenerhebung und nachträglich über das Forschungsvorhaben informiert und bin mit der vorgesehenen Verarbeitung und Verwendung meiner Daten einverstanden. Die Einverständniserklärung, welche ich als Kopie per Mail zugesendet bekomme, kann jederzeit von mir widerrufen werden. In diesem Fall werden die von mir erhobenen persönlichen Daten und Interaktionsaufzeichnungen nicht mehr weiterverwendet und auf meinen Wunsch hin unwiderruflich gelöscht. Ich wurde über die Anonymisierungsbestrebungen sowie die Abbildungsverfremdung aufgeklärt und stimme diesen zu. Meine Daten werden jederzeit unter Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen behandelt.

_____ (Ort) _____ (Datum) _____ Unterschrift

Sprache in Kommunikation und Medien

Herausgegeben von

Ulla Kleinberger, Martin Luginbühl & Franc Wagner

Die Reihe „Sprache in Kommunikation und Medien“ (SKM) ist ein attraktives Forum für innovative Publikationen mit dem Fokus auf Sprache in den Medien. Sie ist offen für neue und gewandelte Formen medialer Kommunikation, die aus den technischen Fortschritten resultieren.

Die Reihe vereint sowohl theoretische als auch angewandte Arbeiten aus dem Bereich der Medienlinguistik. Gleichzeitig bietet sie eine Plattform für semiotische, soziologische, psychologische sowie kommunikations- und kulturwissenschaftliche Studien, die sich mit der Sprachverwendung in Medien auseinandersetzen. Es werden Monographien sowie systematisch angelegte und thematisch zentrierte Sammel- und Tagungsbände aufgenommen. Manuskripte auf Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch können berücksichtigt werden.

Band 1: Ulla Kleinberger, Franc Wagner (Hrsg.)
Sprach- und Kulturkontakt in den Neuen Medien
ISBN: 978-3-0343-0327-9

Band 2: Martin Luginbühl, Daniel Perrin (Hrsg.)
Muster und Variation
Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text
ISBN: 978-3-0343-0593-8

Band 3: Stefan Hauser, Ulla Kleinberger & Kersten Sven Roth (Hrsg.)
Musterwandel – Sortenwandel
Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik
ISBN: 978-3-0343-1488-6

- Band 4: Martin Luginbühl
Medienkultur und Medienlinguistik
Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News“ und der Schweizer „Tagesschau“
ISBN: 978-3-0343-1333-9
- Band 5: Franc Wagner, Ulla Kleinberger (Hrsg.)
Sprachbasierte Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen
ISBN: 978-3-0343-1489-3
- Band 6: Giancarmine Bongo, Giuditta Caliendo (eds / Hrsg.)
The Language of Popularization: Theoretical and Descriptive Models
Die Sprache der Popularisierung: theoretische und deskriptive Modelle
ISBN: 978-3-0343-1374-2
- Band 7: Stefan Hauser, Martin Luginbühl (Hrsg.)
Hybridisierung und Ausdifferenzierung
Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse
ISBN: 978-3-0343-1624-8
- Band 8: Evelyn Thar
„Ich habe Sie leider nicht verstanden.“ Linguistische Optimierungs-
prinzipien für die mündliche Mensch-Maschine-Interaktion
ISBN: 978-3-0343-1682-8
- Band 9: Fabienne Tissot
Gemeinsamkeit schaffen in der Interaktion. Diskursmarker und Laut-
elemente in zürichdeutschen Erzählsequenzen
ISBN: 978-3-0343-2020-7
- Band 10: Nicole Rosenberger, Ulla Kleinberger (Hrsg.)
Energiediskurs
Perspektiven auf Sprache und Kommunikation im Kontext der
Energiewende
ISBN: 978-3-0343-2580-6
- Band 11: Martin Luginbühl, Juliane Schröter (Hrsg.)
Geisteswissenschaften und Öffentlichkeit
linguistisch betrachtet
ISBN: 978-3-0343-3469-3

Band 12: Stefan Hauser, Martin Luginbühl & Susanne Tienken (Hrsg.)
Mediale Emotionskulturen
ISBN: 978-3-0343-3651-2

Band 13: Marianne Bosshard
«Das finde ich etwas (.) ja schon etwas sehr Spezielles,
auch sehr persönlich.»
Narrative Intimität in öffentlicher Selbstthematisierung
ISBN: 978-3-0343-2580-6

Band 14: Hartmut E. H. Lenk, Hans W. Giessen, Susanne Tienken,
Liisa Tiittula (eds.)
Medienkulturen
Multimodalität und Intermedialität
ISBN: 978-3-0343-3478-5

Band 15: Susanne Tienken, Stefan Hauser, Hartmut E. H. Lenk,
Martin Luginbühl (Hrsg.)
Methoden kontrastiver Medienlinguistik
ISBN: 978-3-0343-3862-2

Band 16: Martin Luginbühl/Dorothee Meer (Hrsg.)
Parainteraktion in den Medien
Linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion
ISBN: 978-3-0343-4494-4

Band 17: Robert Reinecke
Die interaktive Hervorbringung von Kreativität
Eine interaktionslinguistische Perspektive
auf Kreativität in Werbeagenturen
ISBN: 978-3-0343-4771-6

