

Inhalt

Agency.

Qualitative Rekonstruktionen und gesellschafts-
theoretische Bezüge von Handlungsmächtigkeit

Cornelia Helfferich

Einleitung: Von roten Heringen, Gräben und Brücken.

Versuch einer Kartierung von Agency-Konzepten 9

I Methodologische Grundlagen von Agency-Analysen:
Sprache als Konstruktionsmedium

Gabriele Lucius-Hoene

„Und dann haben wir’s operiert“. Ebenen der

Textanalyse narrativer Agency-Konstruktionen 40

Björn Alpermann, Baris Selcuk

Agency-Analyse in der qualitativen

Sozialforschung zu China.

Herausforderungen, Lösungsansätze, Perspektiven 71

II Theoretische Ausgangspunkte: Eine kritische Revision
sozialwissenschaftlicher Agency-Konzepte

Albert Scherr

Soziale Bedingungen von Agency.

Soziologische Eingrenzungen einer sozialtheoretisch
nicht auflösbaren Paradoxie 99

Eberhard Raitelhuber

Ein relationales Verständnis von Agency.

Sozialtheoretische Überlegungen und Konsequenzen
für empirische Analysen 122

Heiko Hoffmann

Netzwerke, Identität und Agency.

Eine methodologische Integration formaler
und rekonstruktiver Zugänge zu menschlicher Agency 154

III Empirische Umsetzungen: Qualitative Analysen von Agency im gesellschaftlichen Kontext

Heiko Hoffmann

Macht – Wahn – Sinn.

Die sequenzielle Analyse von Agency am
Beispiel der Darstellungen Psychoseerfahrener 181

Cornelia Helfferich

Agency-Analyse und Biografieforschung.

Rekonstruktion von Viktimisierungsprozessen in
biografischen Erzählungen 210

Pamela Steen

Rekonstruierte, imaginierte und performative
Agency in der verbalen Interaktion 238

Carola Mick

Performativität und Handlungsmächtigkeit im
institutionellen Kontext.

Identitätskonstruktion von Lernenden einer
luxemburgischen Grundschule 269

Frederic Vobbe

Agency in der qualitativen religionssoziologischen
Forschung mit Kindern 297

Lilian Straub

„Es ist manchmal schwer, Hilfe anzunehmen“.

Eine Agency-Analyse im Zusammenhang mit
Genderforschung im Alter 316

Die Autorinnen und Autoren 342