

Joachim Fischer

Tertiarität

Studien zur Sozialontologie

VELBRÜCK
WISSENSCHAFT

Joachim Fischer

Tertiarität

Studien zur Sozialontologie

VELBRÜCK
WISSENSCHAFT

Joachim Fischer
Tertiarität

Joachim Fischer

Tertiarität

Studien zur Sozialontologie

**VELBRÜCK
WISSENSCHAFT**

Für Heike Delitz

Erste Auflage 2022

© Velbrück Wissenschaft, Weilerswist 2022

www.velbrueck-wissenschaft.de

Printed in Germany

ISBN 978-3-95832-158-8

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.

Inhalt

Einleitung	7
----------------------	---

I. Exposition Tertiarität, Alterität, Identität

1. Sozialontologie/Sozialtheorie	12
2. Figuren und Funktionen der Tertiarität	29
3. »Tertiarität. Studien zur Sozialontologie«: Vorgeschichte, Kernidee, Aufbau	51

II. Geschichte Die erwachte Reflexion auf die Triade

1. Der lachende Dritte. Schlüsselfigur der Theorien Simmels und Freuds	64
2. Die Triade. Gründungsszene der Simmelschen Soziologie	76
3. Der Dritte. Zur Anthropologie der Intersubjektivität	88
4. Das Verzeihen. Seine Sozialontologie im Lichte der Theorie »sozialer Akte« (Reinach) oder »Sprechakte« (Searle)	126

III. Systematik Vier Argumente für den Status des Dritten

1. Tertiarität. Soziologie als Schlüsseldisziplin	140
2. Turn to the Third: A Systematic Consideration of an Innovation in Social Theory	166

IV. Konsequenzen Tertiäre Aufklärung der Vergesellschaftung

1. Rückblick und Vorausblick auf die Argumentation: Aporie, Peripetie und Dialektik	186
2. Gesellschaft als »generalisierte Dritte«: Zur Vermittlung von Handlung und Struktur bzw. von Mikro- und Makroebene	193
3. Soziale Teilsysteme als Ausdifferenzierung spezifischer »Formen« »dreifacher Kontingenz«	214

V. Erprobungen

Recht, Ökonomie, Politik, Medien, Familiarität, Liebe

1. Recht: Die Schiedsrichter:in als Kernfigur des Gerichts im kommunikativen Zentrum des Rechtssystems	228
2. Ökonomie: Das kaufende Publikum als lachende Dritte der Marktkonkurrenz	240
3. Politik: Majorität/Minorität als <i>die</i> politische Drittenfiguration der Demokratie	252
4. Medien: Das Medium ist die Botin. Zur Soziologie der Massenmedien aus der Perspektive einer Sozialtheorie des Dritten	263
5. Familiarität: Sozialkognitiv-affektiver Quellfond aller dyadischen und triadischen Figureationen der Vergesellschaftung	276
6. Liebe: Die Präsenz der Dritten in Liebesdyaden. Zur Sozialtheorie dreifacher Kontingenz	293
Nachweise	312
Ausführliches Inhaltsverzeichnis	314