

32D0277 Cours-séminaire

Unternehmenssprache: Realität oder Illusion?

Linguistische und ökonomische Perspektiven

Mateusz Maselko (as)

Semestre d'automne 2019, Je 16-18, Phil106

Dates : 19.09., 26.09., 03.10., 10.10. (16:15–17:45) et deux samedis en novembre/décembre (10:30–17:00, les dates seront convenues lors du premier cours)

Modules : BA : BA1, BA4b, BA6, BA7, BAxa, BAxb

MA : MA1-5



ZIELE und INHALTE:

Die weitverbreitete (alltägliche) Sichtweise auf ein Unternehmen ist sicherlich ökonomischer Natur und versteht darunter eine wirtschaftlich-finanziell und rechtlich organisierte Einheit mit einem grundlegenden erwerbswirtschaftlichen Prinzip, wodurch sie sich i. a. von öffentlichen Betrieben unterscheidet. Ein Unternehmen kann jedoch zugleich unter anderem Blickwinkel betrachtet werden als ein soziales Konstrukt, in dem diverse Interessengruppen kommunikativ miteinander in Berührung kommen.

Die Kommunikation einer wirtschaftlichen Organisationseinheit kann unter dem Begriff „Unternehmenssprache“ gefasst werden und folgendermaßen definiert werden: „Es handelt sich um eine (imaginierte) Komponente der Business Communication bzw. eine (auf ökonomische Profite ausgerichtete) (Wunsch-)Konzeption, die sowohl verbale als auch nonverbale Elemente der (betriebsspezifischen und individualisierten) Interaktion vonseiten eines Unternehmens nach außen und innen betrifft. Der Schwerpunkt liegt dabei allerdings auf der externen Kommunikation (insb. mit potentieller Kundschaft, ferner Betrieben, Institutionen, Kontrahenten etc.). Dabei geht sowohl um die vermittelten Inhalte als auch die Vermittlungsformen.“ (Maselko 2018: 149)

Da die Beschäftigung mit dem sozialen Gebilde Unternehmen und seiner „Sprache“ (i. S. v. Varietät) nur aus parallel zweifacher Perspektive, nämlich der der Sprachwissenschaft und der der Betriebswirtschaftslehre möglich bzw. erfolgreich sein kann, wird in der Lehrveranstaltung interdisziplinären Fragen nachgegangen und ein linguistisch-ökonomisches Verständnis von Unternehmenskommunikation unterstützt.

Das Seminar wird einen Workshop-Charakter haben. Nach dem ersten theoretischen Teil werden in der zweiten Semesterhälfte konkrete Beispiele der Realisierung von (Konzept der) Unternehmenssprache analysiert. Im Fokus des Interesses werden drei Unternehmenstypen stehen: Fluggesellschaften, Eisenbahngesellschaften und Schokoladenhersteller (aus verschiedenen – auch nicht deutschsprachigen – Ländern). Dabei sollen die StudentInnen nicht nur diverse Facetten der sprachwissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Thema Unternehmen kennenlernen, sondern auch selbst auf einem ausgewählten (Mikro-)Gebiet forschen. Das Ziel ist, eine Grundlage für einen in Kooperation mit dem Lehrveranstaltungsleiter zu verfassenden wissenschaftlichen Artikel zu schaffen.

METHODE: Aus method(olog)ischer Sicht handelt es sich in erster Linie um eine Lehrveranstaltung, die interaktive Auseinandersetzung mit deren Inhalten auf Basis von Inputs (z. B. Präsentationen, sei es in Form von Vorträgen, Posters, Lektürebesprechungen, Forumsbeiträgen) des Lehrveranstaltungsleiters und der Studierenden sowie gemeinsamer Diskussionen mit schriftlicher Kurzdokumentation fördert. Dabei erfolgt fortwährend die Erarbeitung der Grundlagen für das Abschlussprojekt, die schriftliche Seminararbeit oder die mündliche Abschlussprüfung.

LESITUNGSKONTROLLE: Erwartet wird von Studierenden eine aktive und regelmäßige Teilnahme an der in *blended learning*-Form abgehalten Lehrveranstaltung (sprich einerseits das Mitwirken in den Präsenzsitzungen und andererseits auf der die Lehrveranstaltung begleitenden E-Learning-Plattform Moodle), Vor- und Nachbereitung der Sitzungen, Bereitschaft zum empirischen Arbeiten (eigenständig bzw. in Gruppen) und je nach Anrechnungstyp mündliche Prüfung, Referat bzw. Poster-Präsentation inkl. Diskussionsmoderation, Seminararbeit, wissenschaftliches Exposé. Die mündliche Prüfung (25 Pkt.) setzt sich aus folgenden Teilen zusammen: A) drei von vier zu beantwortende Kurzfragen aus dem kontinuierlich erarbeiteten Prüfungskatalog (12 Pkt.), B) eine Frage zum eigens durchgeführten Abschlussprojekt bzw. Schwerpunktthema (9 Pkt.), C) eine Frage zur Projektpräsentation eines/einer Mitstudierenden (4 Pkt.).

EINFÜHRENDER AUFSATZ:

Maselko, Mateusz 2018: Unternehmenssprache: regional – national – global? Fallstudie zu Austrian Airlines im Vergleich mit Lufthansa und SWISS. In: Kirsten Adamzik / Mateusz Maselko (Hg.): VARIATIONSLinguistik trifft TEXTLinguistik. Tübingen, 105–157.