

Prof. Dr. Andreas P. Müller

Mehrsprachigkeit in der Unternehmenskommunikation – romanistische Perspektiven

Mehrsprachigkeit gehört zu den genuinen Gegenständen der Romanistik in der Forschung und in der angewandten Forschungspraxis. Zugleich ist die Mehrsprachigkeit in (multinationalen) Unternehmen weltweit eine alltägliche Kommunikationspraxis. Doch auch wenn Überschneidungen naheliegen, ist die Mehrsprachigkeit in der Unternehmenskommunikation ein in der Romanistik bislang nur ansatzweise bearbeitetes Untersuchungsgebiet. Tendenziell werden der ökosystemische Zusammenhang von Mehrsprachigkeit und kontextueller Bedeutung der Kommunikationspraxis im Unternehmen epistemologisch vernachlässigt und die mesostrukturellen Zusammenhänge etwa bei der Gestaltbarkeit von Mehrsprachigkeit als unternehmerischer Ressource als Gegenstand eines erweiterten romanistischen Forschungsprogramms ausgeklammert. Der Vortrag fokussiert einige der damit zusammenhängenden Fragen und Konsequenzen, insbesondere hinsichtlich der Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich der angewandten romanistischen Linguistik.