

Sprachliche Legitimation von Personalabbaumaßnahmen

Eine Argumentations- und Metaphernanalyse der Massenkommunikation zweier Großbanken

Wie versuchen Unternehmen, ihre Entscheidungen gegenüber ihren zentralen Anspruchsgruppen (Shareholder, Arbeitnehmer, Öffentlichkeit etc.) sprachlich zu „verkaufen“? Und wie setzen sie hierzu die ihnen zur Verfügung stehenden öffentlichen Medien der Massenkommunikation (Geschäftsberichte, Mitarbeiterzeitungen etc.) ein? Mit diesen beiden Fragen beschäftigt sich dieses Buch im Kontext der Legitimation von Personalabbaumaßnahmen. Denn gerade diese manageriale Praktik stößt häufig auf Widerstände – sei es, weil sie gegen normative Regeln verstößt, den Eigeninteressen der Anspruchsgruppen zuwiderläuft oder als Zeichen einer Krise gedeutet wird. Aus diesem Grund haben Unternehmen hier ein besonderes Interesse daran, dass ihr Verhalten als legitim wahrgenommen wird. Empirisch werden hier die sprachlichen Legitimationspolitiken von Unternehmen an zwei konkreten Fällen in der deutschen Kreditwirtschaft (Großbanken) untersucht. Dabei stehen zwei sprachliche Mittel im Mittelpunkt der Analyse: Argumentationen und Metaphern



34,80 €

32,52 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783866186385

Medium: Buch

ISBN: 978-3-86618-638-5

Verlag: Hampp Verlag

Erscheinungstermin: 20.05.2011

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2011

Serie: Empirische Personal- und Organisationsforschung

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 210 g

Seiten: 378

Format (B x H): 150 x 210 mm

