

INHOUD

Inleiding 15

Deel I: Taal, cultuur en internationale bedrijfscommunicatieprocessen 21

Hoofdstuk 1 Onderzoek naar internationale bedrijfscommunicatieprocessen 23

1.1 Inleiding 23

1.2 "Discourse at Work": het onderzoek van Firth 24

1.2.1 Probleemstelling 24

1.2.2 Methode 25

1.2.3 Conversatie-analytisch onderzoek 26

1.3 Resultaten uit het onderzoek van Firth 29

1.3.1 "Purchasing sequence of actions" 29

1.3.2 Gebruik van schriftelijke communicatiemiddelen 30

1.3.2.1 Inleiding 30

1.3.2.2 "Immediacy" 30

1.3.2.3 "Practical efficiency" 31

1.3.2.4 "Organisational exigency" 31

1.3.2.5 "Commitment" 32

1.3.2.6 "Strategy" 33

1.3.3 Verhouding tussen mondelinge en schriftelijke communicatiemiddelen 35

1.3.3.1 "(Pre-)tyings" 35

1.3.3.2 Wederzijdse referentiepunten 38

1.4 Etnografische informatie, discourse en context 40

1.5 Implicaties voor verder reconstructief onderzoek 43

Hoofdstuk 2 Tekst en context 45

2.1 Inleiding 45

2.2 Intertekstuele netwerken 47

2.2.1 Inleiding 47

2.2.2 Produceren en interpreteren van mondelinge en schriftelijke teksten 47

2.2.3 "Tyings" en "cues": dimensies van intertekstualiteit als instrument voor betekenisgeving 48

2.2.3.1 Creëren van sequentiële context 48

2.2.3.2 Creëren van culturele context 53

2.2.3.3 Hanteren van de "et cetera assumption" 57

2.3 Ervaringen, kennis en verwachtingen van interacterende actoren 62

2.3.1 Inleiding 62

2.3.2 Dualiteit van structuur 62

2.3.3 Referentiekaders van actoren 66

2.3.4 Reciprociteit van perspectieven 68

2.3.5 Taalhandelingen, "face" en "pragmatic knowledge" 71

2.3.5.1 Taalhandelingstheorie 71

2.3.5.2 Taalhandelen en "face" 72

2.3.5.3 Kennis van dialoogstructuren en socio-culturele kennis 78

2.4 Interculturele communicatie 79

2.4.1 Inleiding 79

2.4.2 Taalkeuze: "code-switching" als "cue" 81

2.4.3 Cultuurgebonden taalgebruikspatronen 86

2.4.3.1 Taalhandelen en "face" 86

2.4.3.2 Kennis van dialoogstructuren en socio-culturele kennis 87

2.4.3.3 Gebruik van "(pre-)tyings" en "cues" 88

Hoofdstuk 3 Context en dialoog van actoren in organisaties 93

3.1 Inleiding 93

3.2 Organisaties als object van wetenschappelijk onderzoek 94

3.2.1 Ontwikkelingen binnen de organisatiekunde 94

3.2.2 Situationele benadering 95

3.2.3 Actorperspectief 98

3.2.3.1 Organisatie-antropologie 98

3.2.3.2 Conversatie-analyse 99

- 3.3 Relevante context voor in organisaties interacterende actoren 101
 - 3.3.1 Inleiding 101
 - 3.3.2 Omgeving 102
 - 3.3.2.1 Inleiding 102
 - 3.3.2.2 "Enacted environment" 102
 - 3.3.2.3 Transactionele en contextuele omgeving voor "stakeholders" 105
 - 3.3.2.4 Strategie 107
 - 3.3.3 (In)formele organisatie 109
 - 3.3.3.1 Inleiding 109
 - 3.3.3.2 Organisatiestructuur 110
 - 3.3.3.3 Organisatiecultuur 112
 - 3.3.3.4 Communicatienetwerk 114
- 3.4 Interactie tussen actoren in organisaties 120
 - 3.4.1 Inleiding 120
 - 3.4.2 "Social situations" 120
 - 3.4.3 Handelingsketens in organisaties 122
 - 3.4.3.1 Scenario's 122
 - 3.4.3.2 Relevante context en uit te voeren taken 126

Hoofdstuk 4 "Management of meaning" van actoren in organisaties met buitenlandse contacten 131

- 4.1 Inleiding 131
- 4.2 Onderzoek naar de rol van nationale cultuurverschillen op de werkvloer 131
 - 4.2.1 Inleiding 131
 - 4.2.2 Hofstede: kwantitatief onderzoek bij IBM-vestigingen in 53 landen 132
 - 4.2.3 Olie: kwalitatief onderzoek naar Nederlands-Duitse fusies 134
 - 4.2.4 Hall: antropologisch onderzoek naar de perceptie van tijd en ruimte 135
 - 4.2.5 Implicaties voor reconstructief onderzoek 137
- 4.3 Cultuurgebonden taalgebruikspatronen in internationaal opererende organisaties 137
 - 4.3.1 Inleiding 137
 - 4.3.2 Taalkeuze van internationaal opererende firma's 139
 - 4.3.3 Handelingsketens 142
 - 4.3.4 (Ir)relevantie van culturele verschillen 144
 - 4.3.5 Intercultuur 148

Deel II: Reconstructief onderzoek naar Nederlands-Duitse communicatie bij een bungalowpark van het Nederlandse bedrijf Parador in de Harz 151

Hoofdstuk 5 Opzet en uitvoering van de casestudie bij Parador 153

5.1 Inleiding 153

5.2 Het onderzoek bij het bungalowpark van het Nederlandse bedrijf Parador in de Harz 153

5.2.1 Opzet van het onderzoek 153

5.2.2 Onderzoeksbronnen 154

5.2.3 Uitvoering van het onderzoek 155

5.2.4 Corpus 156

Hoofdstuk 6 Internationalisering en taalbeleid 159

6.1 Inleiding 159

6.2 Expanderen op een buitenlandse markt: implicaties voor het taalbeleid 160

6.2.1 Inleiding 160

6.2.2 Het Nederlandse Parador op de Duitse markt 162

6.3 "Social situations" 163

6.3.1 Inleiding 163

6.3.2 Het Nederlandse hoofdkantoor en de reserveringscentrale in Amsterdam 164

6.3.3 Het Duitse hoofdkantoor en de reserveringscentrale in de Harz 165

6.3.4 Het bungalowpark in de Harz 165

6.3.4.1 Receptie 165

6.3.4.2 Parador Place 166

6.3.4.3 Sport Center 166

6.4 Taalbeleid 167

6.4.1 De voor de actoren relevante omgeving 167

6.4.1.1 Nederlandse en Duitse gasten op de markt van Parador 167

6.4.1.2 Implicaties voor het taalbeleid 168

6.4.2 De voor de actoren relevante (in)formele organisatie 173

6.4.2.1 Beeldvorming over en weer 173

6.4.2.2 Wij en zij 175

6.4.2.3 Nederlands en Duits personeel in het bungalowpark in de Harz 177

6.4.3 "Enactment": globaal beleid en lokale invulling 178

Hoofdstuk 7 Context en dialoog van Nederlandse en Duitse actoren	181
7.1 Inleiding	181
7.2 Reconstructie van de handelingsketen 'verblijf in bungalowpark in de Harz'	182
7.2.1 Inleiding	182
7.2.2 Reserveren van een bungalow	182
7.2.2.1 Boeking voor Nederlandse gasten	182
7.2.2.2 Boeking voor Duitse gasten	193
7.2.3 Van boeking tot factuur	198
7.2.3.1 Dubbele inbedding van taaluitingen via "tyings" en "cues"	198
7.2.3.2 "Enabling constraint"	198
7.2.3.3 Onderliggend patroon van schriftelijke en mondelinge teksten	199
7.2.3.4 Transformatie van teksten	200
7.2.4 Het verblijf in het bungalowpark in de Harz	202
7.2.4.1 Aankomst	202
7.2.4.2 Informatie	206
7.2.4.3 Klachten	210
7.2.4.4 Vertrek	215
7.3 Taalkeuze	219
7.3.1 Inleiding	219
7.3.2 Gebruik van Duits en/of Nederlands in schriftelijke teksten	219
7.3.3 Gebruik van Duits en/of Nederlands in mondelinge teksten	220
7.3.3.1 Telefonisch contact	220
7.3.3.2 "Face-to-face" contact	223
7.4 Evaluatie	227
7.4.1 "Tyings" en "cues" als intertekstuele dimensies	227
7.4.2 Taal, cultuur en Nederlands-Duitse communicatie	228
Conclusie	231
Bibliografie	239
Auteursregister	253
Zaakregister	259
Bijlagen	265
Summary	275
Curriculum vitae	291