

Brobygning mellem videregående uddannelse og erhvervsliv i tysk og fransk – en behovsanalyse

Denne artikel præsenterer resultater fra en undersøgelse, der har haft til formål at afdække danske virksomheders og institutioners behov for tysk- og/eller franskkompetencer (Simonsen m.fl. 2020). Undersøgelsen skal ses som et første skridt mod en brobygning mellem videregående uddannelse og erhvervsliv, idet den vil inspirere virksomheder og institutioner generelt til at være mere eksplicite om deres fremmedsprogsbehov samt inspirere uddannelsessystemet og de politiske beslutningstagere til at lytte til praksis. Undersøgelsen er delvis støttet af Det Nationale Center for Fremmedsprog (NCFE) og bidrager til den målsætning i den tidligere regerings fremmedsprogsstrategi, som har de fagligt stærke og relevante uddannelser



IRENE SIMONSEN
Ph.d., studielektor
Institut for Design og Kommunikation, SDU
simonsen@sdu.dk



LENE DREISIG SØRENSEN
Cand.ling.merc., videnskabelig assistent
Institut for Design og Kommunikation, SDU
dreisig@sdu.dk



LISE LOTTE WEILGAARD CHRISTENSEN
Ph.d., lektor
Institut for Design og Kommunikation, SDU
lotte@sdu.dk

som mål (Regeringen 2017). I undersøgelsen er der blevet gennemført kvalitative interview med private virksomheder og offentlige institutioner i Danmark, Tyskland, (det tysktalende) Schweiz og Frankrig. Undersøgelsen viser, at der er et behov for både fransk og tysk i forskelligartede arbejdsfunktioner.

Brobygning og behov

I definitionen af brobygning tager vi udgangspunkt i den type af transition, som af NCCF (2021: 6 f.) beskrives som sociokulturel og institutionel, uden at vi dog udelukker det epistemologiske og kognitive aspekt. Formålet med den beskrevne brobygning mellem uddannelse og erhverv er at understøtte den gnidningsfri overgang for studerende og erhvervsliv, idet vi ser brobygning som en proces, der involverer tre parter, nemlig både uddannelsesinstitutionerne, de lærende selv og aftagerne (NCCF 2021: 5, 9).

Undersøgelsen overtager både definition og operationalisering af begrebet *behov* fra Vandermeeren (2016). Vandermeeren differentierer mellem adaptation, standardisering og ikke-adaptation, når en virksomhed kommunikerer med en ekstern kommunikationspartner. Det vil sige, at en virksomhed kan tilpasse sig sin kommunikationspartner ved at anvende dennes førstesprog, anvende engelsk som lingua franca eller vælge at anvende sit eget førstesprog i forhold til kommunikationspartneren (Vandermeeren 2016: 2.1). Vandermeeren (2016: 2.2) medtænker kulturel viden som del af sproglig viden og påpeger, at det (salgs-)psykologisk er mest optimalt at kunne anvende modpartens sprog, hvilket forklares med, at mange mentale processer, og især de, der hænger sammen med motivation, finder sted på førstesproget (Rehbein 1995: 98). Samtalepartnerens førstesprog beskrives således hos Rehbein (ibid.) som middel til at få adgang til de mentale processer i fx den beslutningstagning, der sker i en køb-salg-situation. Hos Hellekjær (2010: 30) nævner en respondent, at det på grund af et fagligt svagt niveau i engelsk hos en fransk eller tysk modpart er lettere at formidle afsenderens synspunkter på modpartens førstesprog (eller andetsprog). Kirilova og Lønsmann (2020: 50) giver herudover et eksempel på, at en ideologisk betinget faktor som "tryghed" kan forbindes med anvendelse af førstesprog.

Vandermeeren (2016: 2.2) definerer fremmedsprogsbehov som det behov, virksomheden har for medarbejdere, der til sammen taler et tilstrækkeligt stort antal fremmedsprog på et tilstrækkeligt højt niveau til at kunne etablere og opretholde kontakten med fremmedsprogede på deres førstesprog eller på engelsk som lingua franca. I

tråd med denne definition afdækker undersøgelsen fem typer af behov: et objektivt behov, et subjektivt behov, et ubevidst behov, et objektivt merbehov og et subjektivt merbehov. Et objektivt behov afdækkes ved at spørge til, hvor ofte respondenterne har kontakt med tysk-/fransktalende samarbejdspartnere; et subjektivt behov afdækkes ved at spørge til respondenternes egen opfattelse af behovet for tysk/fransk. Ved at kombinere disse to spørgsmål med spørgsmål om de forhåndenværende sprogkompetencer i tysk og fransk og respondenternes faktiske sprogbrug kan et ubevidst behov, et objektivt merbehov og et subjektivt merbehov fremanalyseres. Et ubevidst behov for tysk noteres fx ved danske respondenter, der har regelmæssig eller meget hyppig kontakt til tyskere og samtidig giver udtryk for den subjektive opfattelse, at der aldrig eller kun sjældent 'er behov for' tysk i virksomheden, mens et objektivt merbehov noteres, når virksomheder med regelmæssig eller meget hyppig kontakt til tyskere oplyser, at de faktisk aldrig eller kun sjældent 'anvender' tysk. Hvis respondenterne meddeler, at der er regelmæssig eller hyppig kontakt med tysk-/fransktalende, og at behovet for tysk/fransk i virksomheden er udækket, tolkes det som subjektivt merbehov. Undersøgelsen spørger til behov for funktionelt specifikt definerede fremmedsprogskompetencer i tysk og fransk, og herudover til behovet for opkvalificering, respondenternes forventninger om kompetencer i tysk og fransk ved rekruttering af medarbejdere samt evt. holdningsbarrierer eller strukturelle og/eller økonomiske forhold, der begrænser eller fremmer anvendelsen af tysk og fransk.

Respondentprofiler

Der indgår 41 respondenter i undersøgelsen: 30 danske virksomheder og institutioner, seks, der repræsenterer et tysksproget perspektiv, og fem, der repræsenterer et fransksproget perspektiv. De 30 danske respondenter fordeler sig ligeligt på fem brancher, nemlig 1) maskin- og metal-, 2) sundheds- samt 3) fødevarer- og virksomheder og herudover 4) museer (turisme) og 5) jobcentre. Geografisk er 15 placeret i Region Syddanmark og 15 i Region Sjælland. Størrelsesmæssigt har undersøgelsen haft specifikt fokus på små og mellemstore virksomheder (10-249 ansatte), som udgør 27 af de danske respondenter. Det tysksprogede perspektiv repræsenteres af en fødevarerkoncern i Bayern, et museum i Hamborg, to jobcentre i Flensborg og Lübeck, et oversættelsesbureau i Basel og en respondent, der arbejder som salgschef for en danskejet koncern i Sydtykland. Det fransksprogede perspektiv baserer sig på hhv. en eksportstøttevirksomhed

og en multinational virksomhed i Paris, dens danske afdeling i København, et museum i Saint Etienne og en dansk forening under en fransk organisation.

Resultater

1) Objektivt behov. 26 (86 %) af de danske virksomheder har regelmæssigt eller ofte (minimum en gang om ugen) kontakt med tysktalende, mens kun 12 (40 %) regelmæssigt eller ofte har kontakt med fransktalende. Det objektive behov hos de tysk-/franksprogede respondenter er lige stort i forhold til de to sprog, idet 80 % i hver gruppe svarer, at de regelmæssigt eller ofte har kontakt med danske samarbejdspartnere.

2) Subjektivt behov. På spørgsmålet om egen opfattelse af behov tilkendegiver 7 (23 %) af de danske respondenter et subjektivt behov for tysk, og 6 (20 %) meddeler, at de mangler fransk i virksomheden. Én tysk virksomhed og tre franske oplyser, at der i kommunikationen med danskere er et udækket sprogbehov. Her ses altså størst behov for fransk.

Vigtigst af de funktioner, situationer og arbejdsopgaver, der kræver tysk eller fransk, er salg, opstart på nyt marked og førstekontakten med en tysk/fransk samarbejdspartner. Især den ikke-rutineprægede kommunikation og (potentielle) konfliktkommunikation, som fx reklamation eller retssag, kræver tysk og fransk på højt niveau. Gennemgående og generelt i forhold til opgaver betones den affektive effekt, det har at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, herunder at beherske de kulturelle koder.

3) Ubevidst behov. Hos en tredjedel af virksomhederne kan konstateres et ubevidst behov for tysk eller fransk. I interviewene kommer disse ubevidste behov fx til udtryk i beskrivelser af a) opgivet kommunikation, b) mislykket kommunikation, c) kommunikation, der kræver ekstra arbejdsgange, fx i form af at flere medarbejdere inddrages i løsning af en opgave, eller d) kommunikation, der er tidskrævende og træg.

4) Et objektivt merbehov, dvs. en regelmæssig og hyppig kontakt kombineret med en sjælden eller ikke-forekommende brug af tysk/fransk, viser sig især i forhold til fransk. Kun én dansk virksomhed anvender konsekvent fransk i kommunikationen med L1-fransktalende; ellers anvendes engelsk (50 %) eller en kommunikation, der inddrager både fransk og engelsk (45 %). Til sammenligning anvender lidt over en femtedel (23 %) af de danske respondenter tysk i kom-

munikation med L1-tysktalende, mens en både-og-kommunikation, der inddrager både tysk og engelsk (69 %), er dominerende.

5) Subjektive merbehov, som meddeles af respondenterne, er tysk virksomhedssprog, tysk til turismebranchen, tysk forvaltningsprog, fransk virksomhedssprog og alment fransk.

Ved rekruttering anses begge sprog af lige mange virksomheder (27 %) for en bonuskompetence, men der stilles kun eksplicit krav om fransk af to (7 %) af virksomhederne, mens ni (30 %) stiller eksplicit krav om tysk. Samtidig er der en større implicit forventning om, at ansøgere kan tysk (20 %) end fransk (7 %).

Som vigtige fremmede faktorer for brugen af tysk og fransk fremhæves EU og den europæiske harmonisering, store anlægsprojekter, som Odense Letbane, Storstrømsbroen og Femern Bælt-forbindelsen, samt bibeholdelse af tysk eller fransk originalsprog i danske medier. Uddannelsespolitiske udfordringer er omvendt ifølge respondenterne bl.a. status for sprogfagene i folkeskole og gymnasium samt manglende eller for få krav om sprogkundskaber i andre videregående uddannelser end sproguddannelser.

Både efter-/videreuddannelse og udvikling af uddannelser

Det er fortrinsvis sprogkompetencer i tysk, som respondenterne i en efter-/videreuddannelsessituation ville efterspørge, idet seks af de otte mest efterspurgte kursusindhold har fokus på tysk. Størst interesse tilkendes gives for mundtligt tysk til turismebranchen samt mundtligt og skriftligt virksomhedstysk til bl.a. salg, markedsføring, produktdokumentation og -service. På jobcentrene i undersøgelsen efterspørges både mundtligt og skriftligt tysk forvaltningsprog til vejledning af jobsøgende og rådgivning om det danske arbejdsmarked. Specifikke ønsker er derudover læseforståelse af teknisk tysk samt tysk til administration, ledelse og forhandling, men også alment konversationstysk. I forhold til fransk efterspørges et undervisningstilbud, der kombinerer mundtligt alment fransk med virksomhedsfransk og kulturforståelse. Også fransk forvaltningsprog og sagsbehandlingssprog ses som relevant.

Med hensyn til udvikling af eksisterende uddannelser tilkendes gives generelt om både grundskole- og ungdomsuddannelserne, at en styrkelse af sprog er ønskværdig. En respondent udtrykker det således i forhold til tysk:

Jeg synes, det er lidt uheldigt, at man har skabt en situation, hvor man ikke har nok, der tager tysk. [...] Det ville jeg gerne have, at man prioriterede i folkeskolen. Mit indtryk er også, at der er flere og flere gymnasier, der ikke udbyder det mere. [...] De bliver for få, og jeg tror, det er en udfordring, som rammer os som industri, og som man ikke er opmærksom på, hvor stor betydning har. (Maskin- og metalvirksomhed)

Fra fransksproget perspektiv udtrykkes der ønske om tidligere sprogstart i fransk: “Man skal starte tidligere, i folkeskolen. Det gør en stor forskel. [...] Hvis du har lært fransk i Tyskland, så har du syv år bag dig, når du tager studentereksamen, imod 2½ her” (lokal dansk forening under en fransk organisation). Selvom dette udsagn ikke harmonerer med, at fransk nogle steder starter i 5. klasse og kan tages som fortsætterfransk i gymnasiet, afspejler udsagnet den virkelighed, at kun “312 af 1114 folkeskoler [udbyder] fransk. Det svarer til, at det kun er muligt at vælge fransk i lidt flere end hver fjerde skole” (Bjerril 2020; Verstraete-Hansen og Kanareva-Dimitrovska 2020: 18).

Endelig betones den motiverende faktor, der kan ligge i en tydeliggørelse af de beskæftigelsesmuligheder, som sprog åbner for:

Jeg synes, det er megagodt at få fokus på det her. Især hvis det kan blive formidlet ud til gymnasier og unge, når de træffer valg i forhold til uddannelse, hvad der er af muligheder. Hvis det kan gøres mere motiverende at søge ind på sproguddannelser for eksempel. Så man har en ide om, at man kan blive andet end gymnasielærer, hvis man læser et sprog. Også det her med, at faglighed faktisk er vigtigt. Sprog er mere end noget, man bare tillærer sig. Det er vigtigt at have den faglighed med sig. Den betyder noget. (Sundhedsvirksomhed)

I forhold til de videregående uddannelser efterspørges sprog stadig som en selvstændig kompetence, men især sprog som kompetence ved siden af et andet fag. Der tilkendes således behov for den dybe fagindsigt, der indebærer, at ansatte i salg og kundeservice fx kender det tyske og franske sprogs varieteter så godt, at de kan forstå dialekter og vælge rigtigt register at kommunikere inden for, men samtidig understreges det, at tysk og fransk med fordel kunne indtænkes i økonomi- og marketing-, i ingeniør- og *tech*- samt i sundhedsuddannelser som tillægskompetence.

Brobygningstiltag og -ansvar

Centrale emner i et første skridt mod en brobygning er klar kommunikation, herunder videndeling, samt gensidig involvering og samarbejde. I forhold til de tre parter, som vi i indledningen fremhævede som centrale for denne undersøgelses brobygningsperspektiv, nemlig uddannelsesinstitutionerne, de lærende og aftagerne, aftegner der sig nogle anbefalinger til ansvarsfordeling.

Den “klar[e] kommunikation om krav og forventninger” (NCFE 2021: 24) er et fælles ansvar. Aftagernes klare kommunikation af behov for sprogfærdigheder i bl.a. stillingsannoncer og ved ansættelse i rekrutteringsprocessen (jf. også Hellekjær 2010: 34, 44) og over for uddannelsesinstitutioner anses for helt central. I forhold til efter-/videreuddannelse er de (potentielt) lærendes kommunikation af behov og forhåndenværende kompetencer imidlertid også vigtig. Endelig har uddannelsesinstitutionerne et ansvar for at formidle uddannelsernes indhold og perspektiver for karriereveje. Undersøgelsen, som er udført af en uddannelsesinstitution, men baserer sig på de interviewede virksomheders og institutioners beredvillighed til at øse af deres viden og tanker om tysk- og franskkompetencer i praksis, er i sig selv et stykke videndeling, som synliggør forskelligartede jobfunktioner, der kræver tysk- og franskkompetencer mange forskellige steder i samfundet. En videndelingsopgave for uddannelsessystemet, som undersøgelsen desuden synliggør, er at bevidstgøre respondenterne om deres ubevidste behov for sproglige og interkulturelle kompetencer, fx for at modvirke situationer med miskommunikation.

“[N]etværk og regelmæssigt samarbejde på tværs af niveau” (NCFE 2021: 24) er en opgave for uddannelsesinstitutioner og aftagere, som fx kan realiseres gennem aftagerpaneler og seminarer. Eksempelvis har Regionskontoret i Padborg og SDU i forlængelse af nærværende undersøgelse afholdt et virksomhedsseminar med deltagelse af erhvervs- og brancheorganisationer, private virksomheder, offentlige aktører og forskellige uddannelsesniveauer (Kulturfokus.de 2021). Employabilitetstiltag som gensidige besøg og business brunch-arrangementer med henblik på fx praktik- eller projektaftaler er eksempler på samarbejde, hvor aftagerne og de lærende er de centrale aktører.

Et eventuelt næste skridt i et brobygningsarbejde, som undersøgelsen lægger op til, kan ligge i realisering af øget udbud af dels uddannelser med dobbeltkompetencer, herunder uddannelser med

en CLIL-tilgang, eller egentlige valgfagsudbud, som det ses i RUC's sprogprofiler (Bojsen 2018), dels tilbud på de videregående uddannelser, som giver muligheder for træning af differentierede fremmedsprogfærdigheder, som fx lytning og læsning. Det er nemlig tankevækkende, at kommunikation i undersøgelsen altovervejende meddeles at foregå som ikke-ensproget kommunikation. En større vægtning af receptive kompetencer kan indtænkes i uddannelsesudviklingsøjemed, fx i forhold til uddannelser, der har brug for forståelse til videntilegnelse, men ikke nødvendigvis for at kunne producere sprog. Tiltag i denne sammenhæng kunne være faguafhængig, obligatorisk inddragelse af fremmedsprogede (ikke engelske) tekster i pensum, supplerende kurser (fx på egentlige fremmedsprogcentre), men også valgfagstilbud, som de ovennævnte hos RUC. For at sådanne brobygningstiltag kan lykkes, kræver det dog i høj grad forbedrede rammebetingelser, ikke mindst fra politisk side.

Litteratur

- Bjerril, S. (2020). Det helt store overblik: Sådan står det til med sprogene i uddannelsessystemet. *Folkeskolen.dk*, 10. november. Lokaliseret d. 1. juli 2021 på kurzelinks.de/8z4x.
- Bojsen, H. (red.) (2018). *Hvis du ikke kan sproget...* Roskilde: Roskilde Universitets Forlag.
- Hellekjær, G. O. (2010). *Fokus på språk 25. Språkmakt og avmakt: Bruk av og behov for fremmedspråk i statsforvaltningen*. Halden: Universitetet i Oslo/ Fremmedspråksenteret. Lokaliseret d. 1. juli 2021 på <https://kurzelinks.de/lfyr>.
- Kirilova, M. & Lønsmann, D. (2020). Dansk – nøglen til arbejde? Ideologier om sprogbrug og sproglæring i to arbejds kontekster i Danmark. *Nordand – Nordisk tidsskrift for andrespråksforskning*, 15(1), 37-57. doi.org/10.18261/issn.2535-3381-2020-01-03.
- Kulturfokus.de (2021). *Seminar om livs-lang læring af nabosprogene – Region Sønderjylland-Schleswig DK*. Kulturregion Sønderjylland-Schleswig. Lokaliseret d. 1. juli 2021 på <https://www.kulturfokus.de/dk/blog/2021/05/18/seminar-om-livs-lang-laering-af-nabosprogene/>.
- NCFF (Det Nationale Center for Fremmedsprog) (2021). *Overgang og brobygning i fremmedsprog fagene – en vifte af muligheder*. Vidensnotat. Aarhus/København: Det Nationale Center for Fremmedsprog. Lokaliseret d. 1. juli 2021 på kurzelinks.de/ccxl.
- Regeringen (2017). *Strategi for styrkelse af fremmedsprog i uddannelsessystemet*. København: Undervisnings- og Uddannelses- og Forskningsministeriet.
- Rehbein, J. (1995). International sales talk. I: Ehlich, K. & Wagner, J. (red.), *The discourse of business negotiation* (s. 67-102). Berlin: De Gruyter.
- Simonsen, I., Dreisig Sørensen, L. & Christensen, L.W. (2020). *Fremmedsprog i og til et arbejdsliv*. NCFF-støttet projekt. Kolding: Institut for Design og Kommunikation, Syddansk

- Universitet. Lokaliseret d. 1. juli 2021 på kurzelinks.de/aucc.
- Vandermeeren, S. (2016). Dänisch oder Deutsch? Die Ergebnisse einer Fragebogenaktion unter norddeutschen und dänischen Manager_innen zum Sprachgebrauch und -bedarf ihrer Unternehmen. *Linguistik Online*, 79(5). doi: <http://dx.doi.org/10.13092/10.79.3347>.
- Verstraete-Hansen, L. & Kanareva-Dimitrovska, A. (2020). *Rapport. Kvalitetsudvikling og efteruddannelse i et brobygningsperspektiv. En behovsanalyse i faget fransk*. Aarhus/København: Det Nationale Center for Fremmedsprog. Lokaliseret d. 1. juli 2021 på kurzelinks.de/mpij.