

Hvad skal erhvervslivet med humanister?

Af Lars Goldschmidt, handelschef (Dansk Handel og Service) og Flemming G. Andersen, dekan for humaniora (Syddansk Universitet)

1. Kulturforståelse, kommunikation og kildekritik
2. Den eksotiske humanist
3. Begrænsningens begrænsning

1. Kulturforståelse, kommunikation og kildekritik

Dansk Handel & Service, Dansk Industri, Syddansk Universitet og Århus Universitet står bag en nyligt offentliggjort rapport om humanistiske kandidaters beskæftigelse i det private erhvervsliv. Den viser, at 54% af de humanistiske kandidater finder ansættelse i det private erhvervsliv, at antallet af humanister i erhvervslivet er øget fra 3600 i 1992 til 7900 i 2001, samt at 68% af virksomhederne er meget positive i deres syn på de humanistiske kompetencers anvendelighed i de pågældende job. Det er opmuntrende - for nogle måske overraskende - tal, der giver anledning til at overveje, om det er en tendens, der vil fortsætte, og spørge hvad der bør gøres for at facilitere denne udvikling.

Rapporten underbygger, at der er et stort og stadigt voksende potentiale for anvendelse af humanistiske kompetencer i erhvervslivet – men viser også at der er en række barrierer, som gør det vanskeligt at udnytte potentialet. Barrierer, der findes i uddannelsesinstitutionerne, hos kandidaterne selv og i virksomhederne. Barrierer, der kan og bør reduceres.

At potentialet er stort - og bliver større - er en følge af, at humanisternes grundkompetencer er nogle af de kernekompetencer, der er nødvendige for konkurrencedygtighed i videnssamfundet. Det er eksempelvis kompetencer som kulturforståelse, kommunikation og kildekritik.

Kulturforståelse drejer sig blandt andet om at forstå, hvorfor mennesker, medarbejdere og kunder gør, som de gør – på baggrund af værdier og traditioner i de samfund, de er vokset op i. Det er en afgørende indsigt at have, hvis man vil handle med eller producere i alle dele af den globale landsby – men lige så vigtig er den, når man i Danmark skal skabe synergi og kreativitet på arbejdspladserne i samspillet mellem medarbejdere med multikulturel etnisk og uddannelsesmæssig baggrund.

Kommunikation - evnen til at få sit budskab igennem til medarbejdere, kunder, leverandører og myndigheder - er liv og død for moderne virksomheder. Kommunikation, der skal kunne gennembryde sproglige, kulturelle, tekniske og videnskabelige barrierer. Kommunikation mellem medarbejderne i arbejdssituationen på måder, der frisætter og opfanger det kreative potentiale, som er en afgørende forudsætning for virksomhedernes overlevelse.

Kildekritik – forstået både som evnen til at finde viden og til at vurdere kvaliteten af den enkelte kilde - er blevet en stadig vigtigere kompetence på baggrund af den eksplosivt voksende mængde af information, der i dag er tilgængelig for enhver med netadgang. Alle virksomheder har i princippet adgang til næsten ufattelige mængder viden, der kunne være relevant for deres aktiviteter. De

udnytter kun en begrænset del af denne viden, fordi omkostningerne ved at finde frem til alt, hvad der kunne være relevant, er enorme. Den virksomhed, der er bedst til at hjemtage relevant viden (og til at skabe de alliancer, der understøtter videnhjemtagning) er meget stærkt stillet i konkurrencen.

Der er brug for disse kompetencer i alle del af den kæde af værdiskabende aktiviteter, der udgør de moderne forretningsprocesser. Aktiviteter, der blandt flere omfatter: design af nye produkter og services, opbygning af internationalt forsyningsnet af viden og varer, fremstilling af varen eller tjenesteydelsen samt markedsføring og salg. Og der er brug for at disse kompetencer findes på så højt et niveau, at der er tankemæssigt overskud til at være innovativ. Det er her, at humanisterne - på baggrund af en uddannelse, der træner i refleksion og skabelsen af ny viden gennem forskning - mange steder kan give ny luft i procesudviklingen.

2. Den eksotiske humanist

Der er selvfølgelig andre end humanister, der har kulturforståelse, og som kan kommunikere og hjemtage viden, men der er ingen tvivl om, at det er stærke humanistiske kompetencer. Kan det så ikke undre, at der ikke er mange flere humanister i erhvervslivet? Både ja og nej. Den nævnte rapport bekræfter, at der er en række barrierer, der kan være med til at forklare, at udviklingen ikke går stærkere, end tilfældet er. Humanisterne bliver i høj grad præget gennem deres uddannelse til at forvente, at de skal ansættes i traditionelle humanistjob og løse traditionelle humanistproblemer. Det betyder, at det kræver en betydelig omstilling for en antropolog at se sig selv fungere som markedsanalytiker for en møbelvirksomhed, der vil sælge dansk møbedesign til Kina. Tilsvarende er det for de mange danske virksomheder, der ikke har ansat deres første akademiker, en omstilling at få sådan en størrelse ind i virksomheden. En omstilling, der både berører ledelse og kollegerne – og som ikke bliver mindre af, at den nye kollega er noget så eksotisk som humanist.

Det er barrierer, der både kan og skal adresseres. Der skal gøres en indsats på uddannelsesinstitutionerne, en indsats af de humanistiske kandidater selv og en indsats i virksomhederne. Uddannelsesinstitutionerne bør forberede deres kandidater bedre på at anvende deres kompetencer i mange andre faglige sammenhænge end dem, der er fagets traditionelle problemstillinger. De bør forberede kandidaterne på at samarbejde med kolleger, der har anden faglig baggrund end deres egen, og på at kunne udtrykke sig forståeligt for ikke-fagfolk. Sidst men ikke mindst bør de understøtte kontakt til og viden om arbejdslivet uden for universitetet.

De humanistiske kandidater bør selv være aktivt opsøgende og finde nye anvendelsesområder for deres kompetencer. Engageret opsøgende - men samtidigt ydmyge over for den udfordring, det er at give andre en oplevelse af, at man er en god kollega og konstruktiv arbejdskraft, selvom man har en lang akademisk uddannelse med et underligt navn og en kritisk tradition. De kandidater, for hvem det lykkes at få foden indenfor, bør overveje at trække flere med. De vil jo ofte være den i virksomheden, som netop kan se, både hvad humanister kan bruges til, og hvad humanisten skal gøre for at blive anvendelig.

Mange flere virksomheder bør udfordre sig selv ved at ansætte en humanist. Det kræver mod – og det forudsætter at der er en ledelsesmæssig opmærksomhed på de problemer, det kan skabe at få ny faglighed og kultur ind i virksomheden. Men det indeholder samtidigt et innovationspotentiale, der mange steder vil kunne komme et stort udbytte af.

3. Begrænsningens begrænsning

Rapporten anslår, at der er plads til mindst 8000 flere humanister i erhvervslivet - ved en simpel ekstrapolation af det nuværende ansættelsesmønster til de virksomheder, der ikke kender til humanister. På lidt længere sigt er vi sikre på, at potentialet er meget større. Det er i det lys, man skal vurdere det fornuftige i - som Dansk Industri foreslår det - at reducere adgangen til de humanistiske fag. Det er klart, de studerende skal vejledes grundigt i at ansættelse langt fra er givet, og at den ikke kommer af sig selv. Det er almindelig ordentlighed over for de studerende. Men derfra til at sige, at den velinformerede studerende ikke må studere det, de brænder for, er der et spring.

Det er en situation, man kun skal tvinge de studiesøgende ind i, hvis man kan sandsynliggøre, at det alternative valg er bedre for den studerende og eller samfundet. Det er veldokumenteret og ikke overraskende, at personer, der afvises fra et studie, som oftest søger at uddanne sig i noget, der ligner det, de afvises fra. Hvis det lykkes, så vil de efter endt uddannelse formentlig konkurrere om de samme job som kandidaterne fra deres oprindelige valgte uddannelse. Dermed får samfundet ikke noget udbytte af det ændrede uddannelsesforløb. De hede drømme vi kan have om, at dem, vi måtte afvise på humaniora, læser til ingeniører med speciale i nanoteknologi, går kun sjældent i opfyldelse. Vi tror, det samfundsmæssige udbytte af at rette humanisterne mere mod erhvervslivet bliver langt større end et forsøg på at forhindre dem i at blive humanister.

Lars Goldschmidt er kemiingeniør og Ph.D. fra Danmarks Tekniske Universitet. Fra 1986-89 førte han for Energistyrelsen tilsyn med Mærsk Olie og Gas; fra 1989-90 havde han et serniorstipendiat ved Handelshøjskolen; 1990-92 var han procesingeniør med Mærsk før han i 1992 blev chef for Miljøstyrelsens Industrikontor. I 1993 modtog han en Ph.d. fra Institut for Organisation og Arbejdssociologi. I 1996 blev han chef for Miljøstyrelsens kontor for Renere Teknologi og Produkter. 1997-99 var han chef for Dansk Industris teknologi- og uddannelsespolitiske afdeling - og fra 1999 direktør for DI's Virksomhedsudviklingsområde. I 2000 blev han direktør fra Arbejdsmarkedsstyrelsen, og 1. september tiltrådte han stillingen som markedschef i Dansk Handel og Service. Han er medforfatter til bøgerne: "**Borgerlige Ord Efter Revolutionen**" (1999) og "**Det nye systemskifte**" (2001, begge Gyldendal). 1. januar indtrådte han i Danmarks Forskningspolitiske Råd.

Flemming G. Andersen er cand.phil. i engelsk (1977) og Dr.phil. (1985); han blev ansat som lektor ved Syddansk Universitet i 1986, var institutleder 1989-97 og dekan for Humaniora siden 1998. Har været på studieophold ved bl.a. Warwick University, Edinburgh University og Harvard University.