

# Aftagerpanelmøde

Tid: tirsdag d.11. august 2020

Deltagere	Til stede
Claus Niller, Rektor, Roskilde Katedralskole (formand)	X
Morten Thomsen Højsgaard, Direktør for museumskoncernen ROMU (næstformand)	X
Vibeke Hartkorn, strategisk Kommunikationsrådgiver, Vibeke Hartkorn Kommunikation	X
Rene La Cour Sell, Direktør for Roskilde Kongres- og Idrætscenter	X
Rasmus Thomsen, Partner, Design Director, IS IT A BIRD	X
Merete Wagner Hoffman, presseansvarlig i Danmarks Apotekerforening og formand for censorkorpset for Kommunikation, Journalistik og Performance Design	X
Wenche Marit Quist, Koordinationschef for bestyrelsesbetjening i Ledelsessekretariatet i DJØF	X
Esben Geist, Kommunikationschef, Institut for Menneskerettigheder	X
Per Lindegaard Hjorth, Formand for Forbundet Kommunikation og Sprog	X
Rasmus Brygger, stifter, Danmarks Videnscenter for Integration	X
Simon Uffe Borchmann, studieleder Dansk	X
Mark Ørsten, studieleder for Journalistik	X
Kirsten Hvenegård-Lassen, studienævnsforperson Kultur- og sprogødestudier	X
Anja Møller Lindelof, studieleder Performance-design	X
Randi Marselis, studieleder for Kultur og Sprogødestudier	X
Søren Riis, studieleder for Filosofi og videnskabsteori	X
Jakob Egholm Feldt, fungerende studieleder for Historie	X
Sune Lægaard, prodekan for IKH	X
Julie Sommerlund, dekan	X
Sissel Rendrup Johansen, sekretariatsleder	X
Thomas Lejre, uddannelseskoordinator IKH	X
Mette Hartmann, uddannelseskoordinator IKH	X
Søren Balsløv Fransén, referent	X

## Velkomst

Prodekan Sune Lægaard bød velkommen og lagde ud med at fortælle om udpegning af ny bestyrelsesformand for RUC, og uddannelsesakkreditering af Uddannelsen i Performance-design. Dernæst fortalte Sune Lægaard om baggrunden for kandidatreformen på RUC.

## Godkendelse af dagsorden

Efter forslag fra Morten Thomsen Højsgaard blev dagsorden ændret så kandidatreformen blev drøftet i plenum i stedet for i det annoncerede workshopformat.

## Godkendelse af referat

Referatet blev godkendt

## Plenum drøftelse af kandidatreformen

### Esben:

Strategisk Kommunikation og Digitale Medier kunne ændres til to separate uddannelser i hhv. Kommunikation i Strategi og Ledelse på den ene side og Digitale Medier på den anden side. CBS har succes med uddannelser i kommunikation og ledelse, så RUC bør måske overveje at lægge mere vægt på ledelse i kommunikationsuddannelserne.

Der er brug for medarbejdere der kan samarbejde, og det er RUC's dimittender gode til, men der er i høj grad også brug for ledelse, og det kunne vores dimittender potentielt blive rigtig gode til.

Der er brug for gode håndværkere (journalister) og gode akademikere, som kan sætte sig ind i områder og problemstillinger.

Folk er konservative i forhold til navne på uddannelser. Både Performance-design og Kultur- og sprogødestudier er ret dårlige navne, da ingen kender eller forstår dem. Fx kunne Kultur- og sprogødestudier måske med fordel kalde sig Antropologi eller Etnologi. Den humanistiske fællesuddannelse lyder svær – der er stor forskel på sprogfagene og så Historie og Filosofi. Det er måske bedre at vælge en retning og så mixe det med fx projektledelse/ledelse.

### Claus:

Det er vigtigt, at aftagerne ved hvad de får, og her er navnene utrolig vigtige. Titlerne skal afspejle, hvad aftagerne får, når de ansætter en dimittend fra RUC. Hvad betyder fx Kultur- og sprogøde studier og Performance-design?

### Merete:

Det er vanskeligt at udvikle gode nye kandidatuddannelser, hvis uddannelserne defineres ud fra, at nuværende forskningsmiljøer skal bruges. RUC skal diskutere, om det man vil, er at bevare forskningsmiljøer eller udvikle uddannelser, som samfundet har brug for. Det peger ikke nødvendigvis i samme retning.

RUC skal også overveje, hvor generiske uddannelserne skal være. Skal uddannelser være generiske eller specifikke. Cand.comm. titlen er fx meget bred, og det kan være en fordel, for studerende kan specialisere sig i meget forskellige retninger inden for den, samtidig med at arbejdsgivere forstår, hvad de får. Generelt efterspørger arbejdsmarkedet dog ofte meget specifikke kompetencer, så RUC skal sørge for en balance mellem det generiske og specifikke.

---

Dimittender fra kommunikationsuddannelsen er kendt for deres kompetencer inden for faglig formidling. Dimittenderne har indtil nu et andet fag, som de kan formidle, og det bliver vanskeligt, hvis der efter kandidatreformen ikke er en faglighed fra et kombinationsfag at formidle.

Strategisk Kommunikation og Digitale Medier samt Journalistik fungerer i den nuværende form, så det er fint at fortsætte med den.

Navnet Performance-design er vanskeligt. Kunne ordet "oplevelser" indgå som et bedre bud på at identificere uddannelsen?

Den tværhumanistiske uddannelse kan måske rette sig mod projektledelse og måske også HR-feltet.

### **Rasmus Thomsen:**

Kandidatreformen er en stor forandring, og det er farligt at drage konklusioner om aftagere og kommende studerendes ønsker på baggrund af fornemmelser. Der er brug for en mere iterativ proces i udviklingen af de nye uddannelser. RUC bør lave korte pitch af ideerne og præsentere dem i pitch-runder for nuværende bachelorstuderende, gymnasieelever og aftagere og på baggrund af deres feedback, justere ideerne og så gentage processen. Rasmus vil godt tales ved om, hvordan RUC kan gribe en sådan proces an inden for rammerne sat af den overordnede procesplan på RUC. Det er vigtigt at passe på, at der ikke bliver taget beslutninger som ikke kan rulles tilbage.

Kandidatreformen bliver præsenteret som et nødvendigt onde, som gennemføres af økonomiske grunde, men der kan ligge en god energi i at få muligheden for, at re-designe det man laver – RUC bør se det som en stor mulighed. Derfor bør sproget ændres fra brændende platform til brændende ønske – det er en fed proces at designe de nye (drømme) uddannelser. RUC skal præsentere reformen positivt, som noget vi gerne vil.

RUC bør satse på bæredygtighed! Der bør være (mindst) en uddannelse i bæredygtighed på RUC. Dette er helt oplagt i forhold til RUC's profil, og der er stor interesse for dette blandt unge mennesker – og herunder i høj grad på humanistiske perspektiver på bæredygtighed i bredere forstand (SDG osv.). Man kunne også overveje at mainstreame bæredygtighed, så det indgik som tema i flere uddannelser – men måske skal der første lanceres en uddannelse specifikt om bæredygtighed, før det kan lade sig gøre.

### **Wenche:**

RUC kan ikke tage ansvaret for arbejdsmarkedet. Der er grænser for, hvad et universitet kan gøre for at påvirke arbejdsmarkedet. Det afgørende for, om kandidater får job, er først og fremmest, om deres uddannelse er genkendelig for aftagere, og om de har haft relevante studiejobs. Det sidste kan universitetet kun opfordre de studerende til.

Hvorfor have en kommunikationsuddannelse på både dansk og engelsk. Skal der være en forskel?

Fokus på titlerne. Performance-design og Kultur- og sprogmoder studier kræver en forklaring for at forstå, hvad de dækker over. Det gør det særligt problematisk, da RUC's dimittender skal ud i de små og mellem store virksomheder – som i endnu højere grad er famlende mht. akademikere.

En tværfaglig humanistisk kandidatuddannelse er vigtig. Klassiske humanistiske fag har rigtig meget at byde på i forhold til de store samfundsproblemer. Der efterspørges netop kompetencer i at indgå i og forstå mønstre i relationer, fortolkning (f.eks. af big data), forstå hvordan folk agerer i forhold til f.eks. klima – her har humaniora meget at byde på.

---

Kandidatundersøgelsernes resultater skal sættes i spil i forhold til de nye studerende – hvor ender de henne, hvilke jobs får de.

**Morten:**

Det er vigtigt at vende den negative diskurs omkring kandidatreformen til en positiv fortælling. Kandidatreformen skal ændres fra at være en reaktion på noget negativt til noget positivt.

Den negative tilgang er, at RUC skal arbejde med de eksisterende forskningsmiljøer, den positive tilgang er "hvad har vi lyst til at lave".

Navne er vigtige. Bestem hvilke 7 ord RUC vil eje, og lav så uddannelserne omkring de ord. Fx Historie, humanisme, kultur, oplevelse, event etc. Arbejdsgivere tager kandidater med de rigtige "navne". Der må også være flere tusinde jobs i gymnasieprofilerne. Det vil derfor være dumt at afskrive dem. Lyt til kunderne (de studerende). Hvor søger de hen? De lytter til deres venner, lidt til hvad far og mor anbefaler, og hvor det er smart at læse. Det er derfor vigtigt at holde fast i, det som er populært. Hvad er trendsne for de sidste 3 års optag? Den tværfaglige humanistiske bacheloruddannelse har været en succes, så det kunne en tværfaglig humanistisk kandidatuddannelse også blive.

**Vibeke:**

Det er vigtigt, hvordan RUC brander sig selv. Hvad er det for et universitet, som de studerende skal vælge at læse på? hvad er det som adskiller RUC fra de andre universiteter? Tænk væk fra hvad de andre universiteter gør.

Det er også en kæmpe branding mulighed at gå videre med Mortens 7 ord. Hvad er det nye RUC gør, hvad er det, RUC holder helt op med at gøre, og hvad fortsætter RUC med at gøre.

Kom ud af elfenbenstårnet, og gå ud og spørg de unge mennesker der går her – eller som gerne skulle vælge at gå her. Brug den brændende platform til at gentænke RUC – lav endnu en groundbreaking uddannelsesrevolution, lige som det skete da RUC startede. RUC skal derfor komme med noget nyt. Put management og ledelse ind i alle jeres uddannelser. Innovation og nytænkning er ikke allerede taget. LEGO's direktør er ingeniør men håber, at hans søn bliver filosof, fordi han mener, at der er gennem tankerne, at de nye skal skabes.

I forhold til en tværfaglig humanistisk kandidatuddannelse vil det være genialt at samtænke de humanistiske discipliner – det skal være innovativt og nytænkende. Det er netop disse kompetencer og evnen til at tænke nyt, som virksomhederne har brug for.

**Per:**

Processen for kandidatreformen bør rigtigt nok tage udgangspunkt i, hvad RUC vil, og ikke bare hvad RUC har lige nu. I det private starter man med at sige, hvor man vil hen. RUC starter med at sige, hvad RUC har. Hvad vil arbejdsgivere have? De vil have det hele, strategi, pressemeddelelser osv.!!! Hvorfor lave en engelsk kommunikations uddannelse, hvilke udenlandske studerende vil tage til Danmark for at læse den? Hvorfor ikke i stedet lave en kommunikations uddannelse med et internationalt perspektiv.

**Rasmus Brygger:**

Journalisterne tager over for kommunikation (de er bedre håndværkere). Det er et stort problem at journalister og kommunikationsfolk ikke kan noget med tal. Udfordringen for kommunikationsuddannelser er, at de skal kunne noget andet end journalister – de skal kunne noget om ledelse, tal, analyse, og formidling af kompleksitet. Derfor ville det være værd at overveje at fokusere en kommunikationsuddannelse netop på det, f.eks. "Kommunikation og Analyse".

---

Navnet Kultur- og sprogødestudier er simpelthen svært at huske. Der bliver talt om "mangfoldighed", men mangfoldighed er ikke i sig selv et arbejdsmarked. Der er meget få firmaer i Danmark, der er store nok til at kunne ansætte en mangfoldighedskonsulent. "Integration" har derimod et arbejdsmarked, og endda et arbejdsmarked, som der ikke er en uddannelse til lige nu. Der er stor brug for kandidater, f.eks. til de kommunale områder, der kan forstå indvandreres kontekst, f.eks. i forhold til aktivering. De behøver ikke at vide alt muligt om oprindelseslandene, andre sprog eller f.eks. Islam – men de skal vide noget om de særlige integrationsudfordringer, og hvad man kan gøre ved dem.

### **Opsamling fra workshopsne**

#### **Workshop om Kultur og sprogødestudier**

##### **Rasmus:**

Kultur og sprogødestudier skal ikke være et nyt Mellemøstlige studier. Hvad er det for en faglig viden som man fx skal have hvis man sidder i Kbh. kommune i forhold til social kontrol, traumer, religiøsitet osv.

##### **Randi:**

Der er potentiale i virksomhederne, og de studerende specialiser sig i enten det offentlige eller det private. Det er interessant, hvordan vi få skrevet ind i navnet – at uddannelsen arbejder med social inklusion og integration. Kunne man tænke en bred base og senere specialisering?

##### **Rasmus:**

Det er de store virksomheder som arbejder med integration. Forenede dampvaskerier står med de samme udfordringer som Kbh. kommune. Social inklusion virker måske lidt snævert.

##### **Randi:**

Alle praktikpladser har et element af kommunikation.

##### **Søren:**

Hvad vil RUC? Vil vi berige samfundet med en masse inklusion kulturelt og/eller integrere folk i arbejdsmarked – skaffe virksomheder adgang til subgrupper? Diversitetsledelse/videnskab – virksomhedskultur?

##### **Rasmus:**

Det er sjovt at omsætte kvalitativ viden til kvantitativ viden. Det ville være interessant at lave en tværfaglig definition af integration og et integrationsbarometer.

Det er ikke fordi der mangler viden på området, men der er ikke en åbenlys aktør som laver analyser og præger debatten. Det vil være interessant, hvis den nye uddannelse kunne føde ind til den aktør.

Vil partnerskaber i erhvervsph.d'er være interessant for KOS?

Uddannelsesinstitutionerne burde være et oplagt aftagerfelt.

##### **Vibeke:**

Hvad vil RUC gerne holde fast i? Integration og mangfoldighedskonsulent. Integration er et negativt ord!!! Tænk i stedet CSR-ledelse/strateg/bæredygtighed. Det bliver der brug for. I dag er det pædagoger der sidder med integration. Virksomhederne har i højre og højre grad for folk som laver kulturanalyser i

---

stedet for blot folk som kan lave kommunikation. Kulturister kunne være et af de 7 ord. Kulturist betyder mødet mellem mennesker.

### **Workshop om Kommunikationsuddannelserne**

#### **Merete:**

Hvad skal profilen være for en engelsk kommunikationsuddannelse?

Hvad erstatter det andet fag, hvis kommunikation fortsat skal forstås som faglig formidling? – formidling af hvad? Skal der f.eks. valgfag ind, som kan levere dette?

#### **Per:**

Kernefagligheden skal være i orden, f.eks. det at kunne skrive. Men derudover er det afgørende, at kommunikationskandidater har forretningsforståelse. De skal vide, hvad de kan bidrage med af værdi til virksomheder.

Kommunikation skal involveres i processer i virksomhederne langt tidligere, ikke først når der kommer en shit storm. Så spørgsmålet er, hvordan kommunikationsfolk bliver gode rådgivere. Der er brug for en slag "meta-fag" om dette i uddannelserne. Dette kunne f.eks. handle om kompetencer til at facilitere virtuelle workshops og lignende.

#### **Esben:**

Hvis der skal være flere kommunikationsuddannelser, så bør den ene hedde noget med ledelse. Ledelse er her noget andet end på CBS, det handler om relationer og innovation (her er der brug for humanistiske perspektiver).

RUC ejer stadig kommunikation som brand.

#### **Per:**

Den slags ledelse, der er brug for, at kommunikationsfolk har kompetencer i, handler om ledelse af processer.

RUC rekrutterer nogle andre typer personer end f.eks. CBS, så hvor studerende på CBS har masser af selvværd og gerne vil ledelse, skal det nok gribes anderledes an på RUC, hvor mange af de studerende er dygtige men ikke lige så fremadbrusende.

Det er en grundfaglighed for kommunikationsfolk at kunne analysere – vigtigt at bruge case basering i uddannelserne for at de studerende kan afprøve deres faglighed i forhold til cases.

RUC skal styrke samarbejdet med omgivelserne og f.eks. bruge virksomheder som rekvirenter, der kan levere cases.

#### **Esben:**

Kombinationen Journalistik-Kommunikation har kunnet noget helt særligt, som der er brug for. Der er vigtigt, at dette på en eller anden måde bevares, f.eks. ved at journalistikstuderende kan vælge at tage et semester kommunikation.

Hvis der skal være tre forskellige kommunikationsuddannelser, så skal de se meget forskellige ud. En mulighed kunne være en uddannelse om "Analyse og kommunikation" og en anden om "Organisation og kommunikation". Strategisk Kommunikation er noget helt andet end Digitale Medier. Strategisk Kommunikation handler ikke om markedsføring men om ledelsesrådgivning, hvorimod Digitale Medier

---

er et bestemt "håndværk". Så hvorfor er de to kombineret i en uddannelse? Hvorfor ikke skille dem ad og lave en uddannelse i Strategisk Kommunikation og en uddannelse i Digitale Medier, der så er endnu mere digital end nu? – den kunne f.eks. handle om "datadrevet kommunikation", herunder f.eks. analyse af Big Data og den slags.

**Vibeke:**

En engelsk kommunikationsuddannelse skal have en særlig profil, der begrundes, hvorfor den er på engelsk. Det ville være helt oplagt at lave en uddannelse i "Global Communication" fokuseret på kommunikation i globale virksomheder og organisationer. Globale organisationer har en række helt særlige kommunikationsudfordringer, både eksternt og internt (herunder om virksomhedskultur etc.). Der er brug for en uddannelse om netop det, og den ville selvfølgelig skulle være på engelsk – men det er så fordi det faglige fokus kræver det, ikke bare fordi vi skal have en uddannelse på engelsk.

**Workshop om Historie, Dansk og PD****Vibeke:**

RUC skal spørge sig selv, "hvad er det, vi gerne vil med kandidaterne", og bagefter finde ud af, hvordan det understøttes fagligt, i stedet for at tage udgangspunkt i, at man har nogle stærke forskningsmiljøer, der fortsat skal være arbejdspladser i fremtiden. RUC skal til at efterleve mottoet "Kill your darlings"; skal ikke tage udgangspunkt i RUC's forskningsmiljøer, men i interessen i samfundet og i aftagerbehovet, og så se på, hvad der kan bevares af forskningsmiljøer.

Alternativ institutstrukturering – man kunne styrke RUC ved at lave institutterne mere profilorienteret i stedet for at strukturere dem efter de fire hovedområder.

Det er en god idé med en bred humaniorauddannelse. Mange af de unge vil bare gerne have lov til at være humanist, så RUC kan skyde det ind under, at det er en samfundstendens, at unge i dag gerne vil redde verden. Cand.mag i bæredygtighed – og så er det vigtigt, at uddannelsen har en international optik.

Transformations- og bæredygtighedsdagsordenen i alle dens afskygninger er eksploderet om fem år. Private virksomheder kommer til at opruste på bæredygtighed – humanister kan bidrage og tage over, der hvor csr-folket i dag er ansat.

Humanister har et refleksivt blik på udviklingen og evnen til at analysere denne og hjælpe arbejdspladser til at vælge til og fra – humanistiske kandidater kender til analyse, strukturer og samarbejdsformer. RUC skal uddanne folk, der er gode til at tage beslutninger. Og det er vigtigt, at en uddannelse blander det akademiske og det praktiske. Men man skal ikke miste den analytiske del i uddannelserne, men man skal også husk ikke at tabe ledelsesdelen – RUC's kandidater skal kunne noget ledelse.

RUC skal turde opfinde nye ord, og kalde tingene noget mere, end man gør i dag. Jakob har læst, at unge gerne vil være solutionaries.

Ift. Performance-design skal den økonomiske forståelse mere ind over uddannelsen. Uddannelsen skal også tænke på, hvor mange små- og mellemstore virksomheder, der arbejder med design. Anja bekræfter, at man også allerede i dag beskæftiger sig med design uden for kultursektoren. Dette skal meget mere frem fremover.

**Esben:**

---

Der er i disse år ved at ske et skift i, hvordan man oplever ledelse. Der efterspørges flere kompetencer i ledelsesfaget end de, man kommer med som cand.jur, cand.polit eller scient.pol uddannet. Ledelse er meget bredere, og her kan humaniora byde ind. Humanisten kan nemmere sætte sig ind i, at mennesker har forskellige oplevelser af den samme sag, og det er en stor fordel for humanisten, der er trænet i dette.

**Jakob:**

Humaniora som et anderledes brand fra RUC. Det er vigtigt, at en ny bred humaniorauddannelse ikke bare bliver en syntese eller et konglomerat af Dansk, Historie, Filosofi og Engelsk, hvor disse miljøer sikres. Dette er chancen for at skabe noget nyt og noget mere RUC'sk. Forskellen til andre kandidater fra andre universiteter bliver mindre og mindre – RUC skal have anderledes orienterede typer uddannelser.

**Esben:**

AAU har skabt et bedre brand på at være nært ved arbejdsmarkedet.

Erhvervslivet ansætter ikke medarbejdere efter, hvilken uddannelse de har, men efter hvilke kompetencer de har. Det, gamle RUC'ere fremhæver som kompetencer opnået gennem deres uddannelse på RUC, er: samarbejdsskills, anderledes attitude og tilgang til ting, evner til at overkomme vanskeligheden ved at løse opgaver sammen med andre, projektarbejde.

Den gamle kombination mellem Journalistik - og Kommunikation er en sikker vinder, når det gælder om at være attraktiv hos en arbejdsgiver: Journalisterne skriver godt, men er mindre strategisk tænkende og omvendt. Med denne kombi får arbejdsgiveren en kandidat, som mestrer begge dele.

---