

Hvordan kvalificere Danmarks samarbejde med Kina på uddannelsesområdet

ANBEFALINGER TIL EN DANSK KINA-INDSATS PÅ UDDANNELSESOMRÅDET

Kina er stort og komplekst, Danmark lille og fjernt

Derfor:

Samlet dansk markedsføring

Permanent tilstedeværelse i Kina af danske uddannelser

Do it the Chinese way

Hvorfor studere i udlandet?

Det Danske Kulturinstitut lavede hen over vinteren 2008 en empirisk, kulturbaseret undersøgelse af, hvad der skal til for at få kinesiske studerende i en række storbyer til at overveje en videreuddannelse i Danmark. Gennem samtaler med studerende og deres forældre, lærere og agenturer fik vi et billede af, hvilke generelle faktorer, der får en ung kineser til at overveje at uddanne sig i udlandet.

Overvejelserne kan opsummeres således:

- Forbedre deres engelsk-kundskaber
- Udvide horisonten og forstå verden bedre
- For mange studerende på kinesiske universiteter
- Lære at leve en selvstændig tilværelse i udlandet
- Væksten i kinesisk økonomi efterspørger bedre uddannede ansatte
- Forøge chancerne for at få et bedre job

Den kinesiske studerendes valggrundlag

Når beslutningen om at søge til udlandet er truffet, kommer i sagens natur spørgsmålet om hvor og hvordan. Meget tyder på, at kinesiske studerende synes at vælge destinationen før institutionen. Sagt på anden måde lægger en kineser forholdsvis stor vægt på at orientere sig om, hvilket modtagerland, der er det rigtige (læs: bedst egnede), inden de så hugger til og beslutter sig for det konkrete studietilbud.

Det er ikke alene et spørgsmål om landets leveomkostninger og den fysiske afstand hjem. Forhold som tilstedeværelsen af andre kinesere – og dermed adgangen til at kunne leve med den kinesiske kulturs højtider og måltider – kriminalitet, racemæssig tolerance har også afgørende betydning. Ikke overraskende, når man tænker på, hvor store anstrengelser kinesisk adfærd gør sig for at undgå

konfrontation og konfliktsituationer. Harmoni er ikke bare en dyd for kinesere, omstændigheder eller situationer, der udstiller ens anderledeshed, vil blive anset for at være decideret ubehagelige.

En anden udpræget kinesisk tilgang til valget af uddannelsesland er, at det ikke træffes af den enkelte studerende i samråd med en vejleder men i langt højere grad på baggrund af forældrenes synspunkter og indstilling. Det kan være vanskeligt ud fra en dansk betragtning at forestille sig, hvor loyale og respektfulde unge, fremadstormende kinesere i grunden er over for forældrene, men de tillægger slet ikke selvstændighed eller uafhængighed af forældre eller bedsteforældre tilnærmelsesværdig samme betydning, som danske unge gør. Det er ikke kun et spørgsmål om at få forældrenes accept eller tilsagn til at betale for et udenlandsophold (90% af alle oversøiske studerende i 2007 fik opholdet dækket gennem familie eller beboerne i deres lokalsamfund). Det er en fast og traditionelt indgroet overbevisning om, at den ældre generations erfaring og synspunkter har afgørende betydning for ens lykke.

Hermed følger, at valget af uddannelsesland ikke sjældent kommer til at afspejle en lidt uddateret opfattelse af, hvordan verden er skruet sammen, nemlig den som forældregenerationen er bærer af. Der vil således være en tendens til at vælge konservativt, og her er det klart, at USA med sine åbne arme siden 1872 og Storbritannien og Australien/Canada med deres oplagte sproglige fortrin og levende kinesiske diaspora-miljøer vil have et fortrin frem for stort set alle andre lande.

Det er altså i reglen først, når modtagerlandet er indkredset eller identificeret, at opmærksomheden rettes mod den enkelte institution. Og det er så her, hvor den studerende – hende der har besluttet sig for at tage til Danmark – har frie hænder til selv at kunne træffe en beslutning.

Hvordan tiltrække kinesiske studerende til Danmark

I dette lys har en samlet dansk markedsføringsstrategi og –indsats afgørende betydning for, om det lykkes at få kinesiske studerende til overhovedet at overveje en videreuddannelse i Danmark. Markedsføringen er det første sted, der skal tages fat, og den skal skræddersys til kinesiske forhold, for uden forkendskab til Danmark intet valg af Danmark. Den må samtidig tage højde for, at valget træffes som en fælles familiebeslutning. Derfor skal al information foreligge på kinesisk og være tilgængeligt som både tryksager og på nettet.

ANBEFALING TIL EN DANSK KINA-INDSATS

- Tilpasning af tuition fee i forhold til leveomkostningsniveau
- Samlet markedsføringsstrategi og –indsats: Større dansk synlighed i relevante fora og miljøer
- Identificer nye geografiske indsatsområder: Hellere stor fisk i lille sø fremfor piranha-tilstande
- (Produkt-) Tilpasning af uddannelses tilbud: Hvis kinesiske studerende, da kinesiske tilbud
- Permanent tilstedeværelse i Kina: Do contact and business the Chinese way

Danmark nyder generelt god anseelse i Kina. Med til billedet hører imidlertid, at kun et fåtal blandt danske virksomheder i landet eksponerer sig med deres tilhørsforhold i modsætning til for eksempel Sverige og Finland, hvor Ikeas, Volvos, Ericssons og Nokias positivt afsmittende virkning for synligheden af svensk og finsk savoir-faire hos kinesiske unge ikke skal undervurderes. Danske virksomheders internationale image svækker i den forstand Danmark ved kun at tilbyde den uddannelsesbegærlige kinesiske ungdom – og deres forældre – ganske få knager at hænge deres ambitioner og valg op på.

Det fremgår også af de svar, som Kulturinstituttet modtog fra forældre, om hvordan man ser på Danmark. Det er bemærkelsesværdigt, at dansk erhvervsliv ikke omtales af én eneste respondent.

Danmarks styrker set med kinesiske (forældre-) øjne

- Højt uddannelsesniveau
- Engelsk tales på godt niveau af de fleste
- Stabilt og trygt samfund
- H.C. Andersen
- Tåleligt klima
- Godt (læs: positiv) omdømme
- Almen velfærd
- Tradition for internationale studier
- Mulighed for at arbejde ved siden af studie
- Smukke og rene omgivelser

Danmarks svagheder set med kinesiske (forældre-) øjne

- Indførelsen af tuition fee

- Få stipendie- og støtteordninger
- Utilstrækkelig information på kinesisk på hjemmesider
- Mangelfuld tilstedeværelse på Education Fairs rundt i landet
- Uinteressant og uanvendeligt modersmål
- Landets invandrerpolitik jvnf Tegningekrisen, der blev fyldigt omtalt i kinesiske medier
- Usikkerhed om AP degree
- Medieomtale af skandaler med falske uddannelseskompetencer
- Meget få 'foundation courses' for studerende
- Unge danskeres omgang med alkohol og sex

Samlet taler det for at gøre brug af H.C. Andersen. Vores miskendte nationalpoet kan sagtens holde til, og hvad mere er: han sælger. Det er næppe noget tilfælde, at Tyskland, Spanien og Italien f.eks. markedsfører deres kombinerede kultur- og uddannelsesplatforme med henholdsvis Goethe, Cervantes og Dante. Og Kina i udlandet med Confucius.

Det er vigtigt at forstå, at der næppe er nogen udenlandsk personlighed, som nemmere lader spænde foran en markedsføringsvogn i Kina med så stor gennemslagskraft som H.C. Andersen. Og han egner sig tilmed glimrende til at kommunikere en række værdier, som hans fødeland gerne holder for sine. Men når det er sagt, bør Andersen, Danmark, og danske uddannelsesinstitutioner tænkes ind i de sammenhænge, som kinesiske unge færdes i og henter deres informationer fra, det vil sige kulturaktiviteter, der har universitetsungdommen som målgruppe. Det er ikke tilfældigt, at British Council både har til opgave at skabe kunst- og kulturbegivenheder og at formidle britiske uddannelser. Det samme gælder Goethe Institut, Instituto Cervantes og Institut Francais, der alle står på to ben i deres kinesiske virke: At fremme opmærksomheden om afsenderlandets kultur og spidskompetencer for dermed at få unge til at søge om videregående uddannelser i landet. Ganske simpelt en enkel og farbar vej til at skabe de bedste goodwill-ambassadører med hjertet fuld af taknemmelighed overfor adoptivlandet.

Et dansk uddannelseskantor i Kina

Et af de forhold, der gernes fremhæves som et gode ved det danske uddannelsessystem, er dets evne til at fremelske holdspillere gennem projektarbejde. Så meget mere bemærkelsesværdigt er det, at danske uddannelsesinstitutioner nærmest konkurrerer mod hinanden, når de deltager på de store uddannelsesmesser i Kina og tilmed – ifølge Kulturinstitutets informanter – uden at excellere i det, blandt andet fordi præsentationen foregår ved danske personer, der ikke taler kinesisk.

Meget taler for at det ville være mere hensigtsmæssigt, om danske uddannelsesinstitutioner kunne agere samlet gennem en permanent tilstedeværelse i Kina. Et sådant uddannelseskantor

skulle være en platform, der er gearet til kinesiske forhold, og som i sin PR og kommunikation – ved uddannelsesmesser, på konferencer, i målrettede fremstød til institutioner – kunne repræsentere videregående danske uddannelser i deres helhed.

Uddannelsesrepræsentationen vil blandt andet have til opgave at assistere kinesiske uddannelsesinstitutioner og individuelle ansøgere, som hverken har tid, overskud eller kapacitet til at sætte sig ind i de forskellige ansøgningsprocedurer, optagelseskrav m.m. Endvidere ville den kunne opstille en kvalitativ vurdering af de skønsmæssigt 270 uddannelsesagenturer, som opererer i Kina, og undersøge kvaliteten i deres serviceydelser til ansøgere:

- Er servicepakkerne opdaterede
- Er informationerne skræddersyede eller generelle
- Følger der en personlig konsultation med i rådgivningsforløbet
- Benytter/henviser agenterne til downloads eller anvendes der originale dokumenter fra danske uddannelsesinstitutioner.

Med forbillede i det hollandske uddannelseskantor i Beijing skulle den danske repræsentation kunne udstede et 'Certificate' til de ansøgere, som søger om at blive optaget på en videregående dansk uddannelse. Det er især tre forhold af betydning, som repræsentationen vil kunne verificere hos den enkelte ansøger:

- Rigtigheden (læs: autenticiteten) af ansøgers fremlagte dokumenter, de personlige såvel som de uddannelsesmæssige;
- Validiteten af ansøgers uddannelsesforløb, herunder institutioner, eksaminer, kurser, meritter og engelskkundskaber;
- Konkordansen mellem ansøgers kinesiske uddannelse og den ansøgte danske uddannelsesoptagelseskrav.

Opgaven i denne sammenhæng bliver således væsentligst at udstede en officiel dansk godkendelse af den enkelte ansøger som en kvalitetssikring eller kontrollerende opfølgning af den screening, som agenturerne og/eller de danske institutioner har udført. Det skal fortsat alene være den pågældende danske uddannelsesinstitution, der afgør hvorvidt personen kan optages.

Øvrige opgaver for uddannelsesrepræsentationen kunne være:

- Servicering af danske delegationer på besøg i Kina
- Være matchmaker på udvekslings- og samarbejdsprojekter.
- Studievejledning for de kinesiske ansøgere
- Afholdelse af introduktionsmøder for de optagne studenter før afrejsen til Danmark

- Etablering af alumniforening for tidligere kinesiske studerende
- Drift af en kinesisk internet-portal om danske uddannelser

Eric Messerschmidt
Kulturinstituttet i Beijing, marts 2010.