

Sociologi og socialvidenskab

Kvalitativ aftagerundersøgelse

af TNS Gallup

Sociologi og socialvidenskab

Kvalitativ aftagerundersøgelse undersøgelse

af TNS Gallup

Sociologi og socialvidenskab

© Danmarks Evalueringsinstitut

Citat med kildeangivelse er tilladt

Bemærk:

Danmarks Evalueringsinstitut sætter komma
efter Dansk Sprognævns anbefalinger

Publikationen er kun udgivet i elektronisk form
på: www.eva.dk

ISBN (www) 97-887-7958-415-0

Kvalitativ undersøgelse
SOCIOLOGI AFTAGERUNDERSØGELSE

Interviewperiode:

Oktober - November 2006

Projektnr.:

53593

Rapporteringsmåned:

November - December 2006

Kunde:

Danmarks Evalueringsinstitut

J-nr 2006-41-64

INDHOLD

1	INDLEDNING	2
1.1	BAGGRUND OG FORMÅL	2
1.2	KEY ISSUES FOR UNDERSØGELSEN	2
1.3	UNDERSØGELSESDSIGN	2
1.3.1	DESIGN OG SET-UP	2
1.3.2	PROJEKTTEAM	3
1.4	UNDERSØGELSENS INDHOLD	3
1.5	RAPPORTENS OPBYGNING	4
2	HOVEDKONKLUSIONER	5
2.1	AFTAGERNES PROFILER	5
2.2	ANSÆTTELSEN AF SOCIOLOGIKANDIDATERNE	5
2.2.1	ERHVERVSERFARING – BREDT SET – ER VIGTIGST	6
2.2.2	VALGET AF SOCIOLOGER ER OFTE TILFÆLDIGT – MEN EN SOCIOLOG KAN TILBYDE NOGET UNIKT	6
2.3	EVALUERING AF SOCIOLOGERNES KOMPETENCER	7
2.3.1	GOD BASISVIDEN OG FORSTÅELSE	8
2.3.1.1	ERHVERVSFUNCTIONER, SOM SOCIOLOGI UDDANNELSERNE ISÆR ER INDRETTET MOD	9
2.3.2	STÆRK KVALITATIV PROFIL	9
2.3.3	MINDRE STÆRK - MEN BLANDET - KVANTITATIV PROFIL	10
2.3.4	MANGLENDE VIRKSOMHEDSSANS	11
2.4	SOCIOLOGERS BEHOV FOR EFTERUDDANNELSE	11
2.5	SAMMENLIGNING AF DE FORSKELLIGE SOCIOLOGI UDDANNELSER	12
2.6	ØNSKER TIL JUSTERING AF SOCIOLOGI UDDANNELSERNE	12
2.6.1	BEDRE METODEBEVIDSTHED OG FLERE KVANTITATIVE METODEFÆRDIGHEDER	13
2.6.2	MERE RETTET MOD ERHVERVSLIVET	14
2.7	ERFARINGER MED PRAKTIKANTER OG STUDENTERMEDHJÆLPERE	14
2.7.1	UDBYTTET AF PRAKTIKFORLØBET	15
2.8	KONTAKT MED SOCIOLOGI UDDANNELSERNE	17
2.8.1	ORIENTERING OM UDDANNELSERNE	17
2.8.2	DIALOG MED UDDANNELSERNE	17
3	APPENDIKS	19
3.1	DEN KVALITATIVE UNDERSØGELSESMULIGHEDER OG BEGRÆNSNINGER	19
3.2	SPØRGERAMMEFLOW	21

1 INDLEDNING

1.1 Baggrund og formål

Danmarks Evalueringsinstitut, EVA gennemfører en evaluering af uddannelserne i sociologi ved universiteterne i København og Aalborg samt uddannelsen i socialvidenskab ved Roskilde Universitetscenter. I denne forbindelse har TNS Gallup gennemført to gensidigt supplerende undersøgelser, herunder en mindre kvalitativ undersøgelse med repræsentanter for aftagere af sociologiske og socialvidenskabelige dimittender.

1.2 Key issues for undersøgelsen

Den kvalitative aftagerundersøgelse har til formål at afdække aftagernes perspektiv på dimittendernes kompetencer og arbejdsmarkedstilknytning, samt eventuelle forslag til forbedringer af uddannelserne. Hovedfokus er således om uddannelserne fra de tre universiteter fra aftagernes perspektiv skaber dimittender, der opfylder offentlige henholdsvis private arbejdsgivers krav og forventninger til dimittendernes kompetencer.

Aftagersidens vurderinger hviler på 12 kvalitative enkeltinterview med repræsentanter for arbejdspladser, hvor sociologiske og socialvidenskabelige kandidater har fundet beskæftigelse. De 12 enkeltinterview afdækker et både bredt hhv. dybt spektrum af variationerne i aftagernes vurdering, afhængigt af typen af beskæftigelse og typen af arbejdsplads, ved at inkludere aftagere fra både offentlige og private virksomheder hhv. at udforske holdningerne ved hjælp af åbne og dybdegående kvalitative spørgsmål. Dog er mulighederne for mere retningsgivende konklusioner begrænsede på baggrund af den valgte metode og undersøgelsesdesign.

1.3 Undersøgelsesdesign

1.3.1 Design og set-up

De 12 kvalitative interview blev gennemført som telefoninterview af en halv times varighed. Denne kvalitative metode egner sig godt til at afdække de enkelte aftageres individuelle perspektiv og erfaringer, med fokus på en mere rationel evaluering af de tre uddannelser.

Udvælgelsen af deltagere til interviewene forløb over en proces, hvor EVA, på basis af kontakt med de tre uddannelsesinstitutioner, indledende udarbejdede en bruttoliste over mulige interviewdeltagere. TNS Gallup rekrutterede efterfølgende deltagerne på basis af denne liste. I rekrutteringen af deltagere blev der tilstræbt en jævn fordeling mellem aftagere af dimittender fra de tre uddannelser samt mellem offentlige og private arbejdsgivere.

De 12 gennemførte interview fordelte sig som følger:

Typer af dimittender hos aftageren*	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 7 aftagere med dimittender fra KU ▪ 4 aftagere med dimittender fra AAU ▪ 4 aftagere med dimittender fra RUC
Typer af arbejdspladser	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Offentlig virksomhed: 6 interview ▪ Privat virksomhed: 6 interview
Aftagernes titler	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Direktør ▪ Underdirektør ▪ Leder / chef (forsknings-, afdelings-, institut-, kontor-) ▪ Seniorforsker

** Fire aftagere havde flere sociologidimittender ansat. Det betyder at nogle aftagere har udtalt sig på basis af deres erfaringer med mere end én dimittend, og dermed at antallet af dimittender ovenfor bliver højere end antallet af gennemførte interview.*

Alle interview blev gennemført i oktober og november 2006.

1.3.2 Projektteam

Underdirektør Barbara Witt (cand.psych.) gennemførte feltarbejdet og skrev rapporten. Kvalitativ assistent, Nina Preus (bach.scient.soc.), assisterede ved rapportskrivningen. Underdirektør Sverre Riis Christensen varetog projektledelsen.

1.4 Undersøgelsens indhold

Interviewene fulgte følgende overordnede struktur og temaer:

1. Baggrundsoplysninger – antal ansatte sociologer samt aftagerens orientering om uddannelsernes indhold
2. Ansættelse – ansættelsesprocessen, begrundelser for ansættelsen samt aftagerens vægtning af uddannelse hhv. erhvervs erfaring ved ansættelser generelt
3. Kompetencer – evaluering af dimittendernes kompetencer, deres behov for efteruddannelse samt aftagerens ønsker til prioritering i uddannelserne
4. Praktik – eventuelle sociologistuderende i praktik, herunder værdien for arbejdspladsen og dimittenden
5. Dialog med uddannelserne – eventuel kontakt mhp. at formidle aftagersynspunktet på uddannelserne

1.5 Rapportens opbygning

Rapporten er opbygget således, at afsnit 2: 'Hovedkonklusioner' præsenterer undersøgelsens overordnede og mest centrale hovedkonklusioner, med hovedfokus på undersøgelsens 5 overordnede temaer, herunder især aftagernes evaluering af sociologidimitternes kompetencer. Her inddrages samtidig nuancerne mellem de forskellige aftagertypers holdninger. I afsnit 3: 'Appendiks' findes relevant bilagsmateriale for undersøgelsen.

2 HOVEDKONKLUSIONER

2.1 Aftagernes profiler

Nedenfor præsenteres et overblik over de interviewede aftagervirksomheders arbejdsområder hhv. sociologi- og socialvidenskabsdimittendernes jobfunktioner i virksomhederne.

	Branche / Område	Sociologi kandidater og deres jobfunktion	Andre samfundsvidenskabelige kandidater på arbejdspladsen
1	Forskning (Offentlig)	KU og RUC Forsker og PhD'er	Sociologer, kultursociolog Økonomer, psykologer, politologer, antropologer
2	Forskning (Privat)	RUC Udvikler projekter, forsker og holder foredrag	Cand. polit'er, cand. scient. pol'er, antropologer, etnologer
3	Interesseforening (Privat)	AAU Intervention, dataindsamling	Sociolog RUC'ere, cand. comm., antropolog, samfundsvidenskab på RUC
4	Rekruttering (Privat)	AAU Researcher, interviewer, afdækker kvalifikationer	Cand. merc., bibliotekar
5	Sektorforskningsinstitut (Offentlig)	KU og AAU Kvantitativ analyse, databehandling, casestudier	Sociologer Psykologer, kandidater fra Folkesundhedsvidenskab
6	Kommune (Offentlig)	AAU Sagsbehandler	Nej
7	Uddannelsesinstitution (Offentlig)	KU PhD'er	Sociologer Ingeniører, cand. merc. Cand. polit, politologer, cand. scient. adm, antropologer, psykologer
8	Analyse og evaluering (Privat)	RUC og KU Kvantitativ hhv. kvalitativ analyse og konsulent	Sociolog Cand. scient. adm, cand. scient. pol
9	Ministerium (Offentlig)	KU og KU Kvalitativt hhv. kvantitativt arbejde	Sociolog Cand. scient. pol'er, magistre, jurister, cand. polit'er, journalister, økonomer
10	Analyse (Privat)	KU og KU Kvalitativ analyse og konsulent	Nej
11	Sektorforskningsinstitut (Offentlig)	KU Lektor, konsulent	Sociolog Økonomer, cand. polit'er, filosoffer, kulturanthropologer, psykologer
12	Fagforbund (Privat)	RUC Karriererådgivning, vejledning, analyse, oplæg	Jurister, cand. polit, fagligt uddannede indenfor området

2.2 Ansættelsen af sociologikandidaterne

Ved ansættelsen af sociologi- og socialvidenskabsdimittenderne har halvdelen af de interviewede aftagere været direkte involveret i ansættelsesprocessen. Alle aftagere er dog i stand til at udtale sig om virksomhedens behov, krav og forventninger i forbindelse med ansættelse af nye medarbejdere.

En stor del af de ansatte sociologi- og socialvidenskabsdimittender var nyuddannede ved ansættelsen.

2.2.1 Erhvervserfaring – bredt set – er vigtigst

Generelt angiver aftagerne at de **ser bredt på en given kandidats baggrund**, og hvad vedkommende har beskæftiget sig med, både under uddannelsen og med erhvervserfaringen. Overordnet peges på at **virkelighedsnær praktisk og relevant erfaring** hos kandidaten, bredt anskuet, typisk er det vigtigste for aftagerne – i form af erhvervserfaring efter eller under uddannelsen eller i form af at kandidaten på sit studium har beskæftiget sig med emner, der har specifik relevans for virksomheden.

Der er en kraftig tendens blandt aftagerne til at mene at **erhvervserfaring i 'den ideelle verden' vægtes højere** end uddannelsesbaggrunden, da det er via kontakten med erhvervslivet at kandidaten lærer teoriens og sine egne evners anvendelighed. At kandidaten har haft kontakt med erhvervslivet illustrerer i høj grad kandidatens specifikke faglige kompetencer, viden om relevante felter og evne til at begå sig i en virksomhed. Samtidig vidner det om erfaring med at omsætte det generelle til noget specifikt og transformere den akademiske baggrund til konkret og anvendelig viden. Er kandidaten nyuddannet ser aftagerne typisk på en kombination af valget af studiejob og de ansvarsområder kandidaten har beskæftiget sig med, samt projekter og valg af fag i studietiden.

Kun når der er tale om stillinger i specialiserede akademiske forskningsvirksomheder fokuserer aftagerne på **uddannelsens konkrete sammensætning og resultater**. Selv i disse tilfælde anses det dog for mest attraktivt, hvis kandidaten har beskæftiget sig med for virksomheden relevante problemstillinger på et dybdegående niveau. Nogle aftagere kommenterer dog at kandidater med konkret forskererfaring er meget vanskelige at rekruttere, og at man dermed ofte 'nøjes' med forholdsvis uerfarne kandidater.

2.2.2 Valget af sociologer er ofte tilfældigt – men en sociolog kan tilbyde noget unikt

Der er tendens til at **valget af en sociolog til den pågældende stilling har været tilfældigt** for aftagerne. Der er også en tendens til at aftagerne mener at den specifikke uddannelse ikke er nær så vigtig som det faktum at kandidaten har gennemført en samfundsvidenskabelig universitetsuddannelse.

Sociologernes baggrund og kompetencer anses dermed ikke altid som unikke eller differentierende. En kandidatgrad signalerer generelt metode- og analysekompetencer samt evne til fordybelse. Forskellige samfundsvidenskabelige kandidater kan således vare-

tage samme arbejdsområde, da de er omstillingsparate og således kan formes af virksomheden efter ansættelsen. Aftagernes primære fokus bliver derfor i stedet en mere specifik og helhedsorienteret vurdering af netop denne kandidats personlighed, værdier og holdninger; tværfaglighed; samt hvordan kandidatens særlige profil og person passer ind til virksomhedskulturen og jobfunktionen.

De aftagere, der specifikt har søgt en sociolog, angiver dog at **sociologer tilbyder særlige kompetencer**. De peger især på at sociologer generelt tilføjer en mere menneskelig og blød vinkel, der er lige så relevant for virksomheden som en økonomisk vinkel. Ligeledes er sociologer velegnede, når jobfunktionen handler om at afdække et felt, perspektivere og se på trends og udvikling i samfundet og/eller inden for organisationer.

Har aftagervirksomheden i forvejen sociologer ansat spiller dette også en positiv rolle for valget af en sociolog - aftageren har en mere konkret fornemmelse for sociologers kunnen og føler sig mere sikker i sit valg. I denne situation har aftagerne specifik erfaring med sociologers kompetencer og ved i højere grad, hvad de får, end hvis de ansætter en kandidat med en uddannelsesbaggrund de ikke tidligere har stiftet bekendtskab med.

2.3 Evaluering af sociologernes kompetencer

Aftagerne nævner generelt både styrker og svagheder, når de skal vurdere sociologers kompetencer i relation til virksomhedens arbejdsopgaver, som både bygger på aftagernes konkrete erfaringer hhv. mere holdningsbaserede 'fordomme'. Overordnet centrerer evalueringen sig om de følgende styrker og svagheder:

Sociologers styrker	Sociologers svagheder
God basisviden og samfundsvidenskabelig forståelse	Avanceret kvantitativ analyse, konceptuelt og praktisk
En særlig vinkel med øje for de mellemliggende lag	Generel metodebevidsthed i relation til analyse
Tværfaglige med sans for sammenhænge og samarbejde	Orienteret mod teori frem for det konkret anvendelige
Stærkt metodisk grundlag – især kvalitativt	Manglende føling med og viden om erhvervslivet i praksis

Hovedvægten i aftagernes evaluering synes dog generelt at være på de positive sider

- måske også i lyset af at der er tendens til at aftagere nævner at de før ansættelsen af sociologen havde fordomme omkring sociologers kvalifikationer, der efterfølgende er blevet rykket væsentligt.

Der er en tendens til at nævne at de **kompetencemæssige styrker er dækkende for flere akademiske uddannelsesretninger**. Fælles for uddannelserne er kandidaternes evne til at analysere komplekse problemstillinger og uddrage værdifuld viden på en overskuelig måde. Alene det at kandidaten har gennemført en samfundsvidenskabelig akademisk uddannelse er således ofte tilstrækkeligt bevis for kandidatens egnethed – man kan altid senere forme personen specifikt efter virksomhedens behov.

Mange kompetencer ses samtidig som personafhængige af aftagerne, og en mere objektiv vurdering af sociologernes faglige kompetencer kombineres således med en vurdering af sociologens individuelle personlige egenskaber, uafhængigt af uddannelsens sammensætning og værktøjer. Et eksempel er evnen til at tale inspirerende til større forsamlinger eller profilere virksomheden i medierne, egenskaber der er mere afhængige af personlighed.

2.3.1 God basisviden og forståelse

Typisk ser aftagerne sociologer som havende en god og vigtig **generel basisviden og samfundsvidenskabelig indsigt**, der inkluderer et overblik over broerne mellem individet og samfundet, et øje for 'de mellemliggende lag'. Især roses kandidaterne for deres teoretiske viden, deres menneskesyn, samt deres forståelse for det sociale og de bevæggrunde, motiver og faktorer, der ligger bag grupperes holdninger og handlingsmønstre.

Sociologer har tillige **en naturlig tværfaglighed**, med en udpræget sans for sammenhænge mellem forskellige vidensfelter. De evner at kombinere specifikke elementer fra forskellige traditioner på en kreativ og frugtbar måde, så der skabes ny og anvendelig viden. De er ligeledes gode til at sætte sig ind i andre fagtraditioner og begrebsdefinitioner, og er derfor **gode til at samarbejde** med andre interne og eksterne samarbejdspartnere / akademikere. Her evner sociologen at koordinere opgaverne, gå i dialog med forskellige grupper og være opmærksom på styrker og svagheder ved de forskellige elementer. Der er en tendens til at benævne denne kompetence som vigtigere end specifik og specialiseret viden om et begrænset felt, da førstnævnte ofte foregår instinktivt, mens sidstnævnte altid kan læres.

2.3.1.1 Erhvervsfunktioner, som sociologiuddannelserne især er indrettet mod

Når aftagerne skal pege på hvilke arbejdsopgaver sociologer især er godt klædt på til at varetage, peger de typisk på **'udredning og analyse'**, da sociologer arbejder systematisk og fokuseret med problemstillinger. Der er her en lille tendens til at betegne sociologer som en slags 'samfundspsykologer på makroplan'.

Hvorvidt 'administration', 'undervisning' eller 'forskning' ses som en anden primær kompetence for sociologer, varierer med virksomhedens egen profil og arbejdsområde, bl.a. fordi aftagerne har vanskelig ved at vurdere kompetencer, der ligger udenfor deres arbejdsområde. Der er samtidig uenighed om sociologernes evner indenfor disse arbejdsopgaver, hvilket afspejler at kompetencerne kan ses som mere personafhængige.

Et eksempel er **'undervisning'**, hvor det udover den teoretiske basis anses for vigtigt at kunne engagere og inspirere publikum, skabe kontakt og præsentere stoffet på en forståelig og levende måde. Samtidig skal underviseren efter aftagernes mening evne at koble samfundsteori til relevant erhvervmæssig viden, så tilhørernes interesse fanges og fastholdes.

Uenigheden omkring sociologers evne til **'administration'** afspejler ligeledes den enkelte sociologs individuelle personlighed. Dette kommer til udtryk, når en ansat sociolog kritiseres for at være distræt og rodet, og en anden sociolog roses for evnen til at systematisere arbejdsopgaver overskueligt.

Aftagernes syn på sociologers evne indenfor **'forskning'** varierer også. Dels fordi området er mest relevant og evaluerbart for aftagervirksomheder med en mere akademisk forskningsorienteret profil - hvorimod aftagervirksomheder med et mere erhvervsrettet fokus ser forskning som en akademisk kernekompetence, men ikke nødvendigvis i positiv forstand. Men også fordi de mere akademisk forskningsorienterede aftagere udviser et mere nuanceret og kritisk syn på sociologernes metodemæssige kompetencer, især kvantitativt, hvor de stiller større samt mere specifikke krav til sociologernes metodefærdigheder.

2.3.2 Stærk kvalitativ profil

Metodisk set ses sociologer som **i stand til at generalisere og som opsøgende, grundige og afdækkende** i deres tilgang til problemstillingerne. Sociologer har en **veludviklet analytisk sans og et stærkt metodisk grundlag**, hvor de er meget bevidste om forskellige metoders svagheder og styrker over for specifikke problemstillinger. Hertil nævnes specifikt evnen

til at overskue fremtidens udfordringer, så dataindsamlingen fra starten foregår på en overskuelig og systematisk måde, der gør det anvendeligt senere. Sociologers **sans for detaljer** gør dem desuden i stand til at reflektere over og medtænke alle relevante aspekter i projektet. Der er dog tendens til at være uenige om den ubetingede styrke i dette, da der også kan være tendens til at sociologen ønsker meget mere med, end projektet kan rumme. Evnen til og behovet for afgrænsning synes derfor at være mere person- og virksomhedsspecifik.

Af metodemæssige færdigheder fremhæves **sociologers kvalitative metodefærdigheder** positivt igen og igen. Sociologer har især empati, sans for detaljen, kan læse mellem linjerne, aflæse ændringer og uddrage kondenseret mening fra store mængder empirisk materiale på en effektiv og systematisk måde. Der er tendens til at aftagerne roser sociologernes evne til at krydse oplysninger på relevant vis, til at inddrage mange forskellige informationer, deres fantasi og opfindsomhed i anvendelsen af kvalitative data, samt deres evne til at præsentere den ny viden. Dette sikrer en bedre forståelse, især med fokus på mennesket og den bløde del af opgaven.

Aftagere, der specifikt gør brug af kvalitative metoder, nævner desuden sociologers gode interviewteknik: de er gode til at forstå interviewsituationen, få folk i tale, skabe tillid og lytte.

2.3.3 Mindre stærk - men blandet - kvantitativ profil

Der er stor uenighed blandt aftagerne om sociologers svagheder på især ét punkt, nemlig de kvantitative metodefærdigheder. Der peges dog på at **sociologikandidater har tendens til en mindre stærk kvantitativ profil.**

Aftagervirksomheder med hovedfokus på forskning og kvantitativ analyse på et meget avanceret plan finder at sociologer mangler kvalifikationer inden for mere avanceret kvantitativ databehandling. Dette både konceptuelt, mht. hvad kvantitativ metode kan bruges til inden for det pågældende felt, og praktisk, mht. erfaring i at omsætte teori til statistisk analyserbare problemstillinger og i brug af databehandlingsprogrammer. Også aftagere, der generelt ikke efterspørger avancerede kvantitative færdigheder, gør opmærksom på denne svaghed, om end som en 'fordom' snarere end baseret på personlig erfaring.

I den anden grøft findes samtidig aftagere, der roser sociologer for deres kvantitative færdigheder og evne til analytisk at gennemskue store mængder data, gennemarbejde det systematisk og stille det overskueligt op. Dette gælder især aftagervirksomheder med en mere allround-orienteret profil, der har behov for kvantitativ databehandling på et mere basalt plan.

Her har aftageren typisk ikke selv kendskab til kvantitative metoder og sætter derfor stor pris på sociologens kompetencer, da de tilføjer væsentlig værdi til virksomhedens profil og råderum.

2.3.4 Manglende virksomhedssans

Blandt aftagerne er der en opfattelse af, at **akademiske uddannelser, herunder sociologiuddannelsen, generelt er for 'langhårede' i deres fokus på dybdeborende teori og eget emneområde**, på grænsen til 'elfenbenstårnstendenser'. Dette kan fra aftagernes perspektiv have værdi for forskning og undervisning på universitetet, men har begrænset relevans for erhvervslivet, hvor de teoretiske problemstillinger skal kunne omsættes til konkrete og anvendelige løsningsforslag. Selvom der er tendens til at angive at aftagerens konkrete erfaring med sociologer reelt har modsagt denne opfattelse, peges der således på et 'imagemæssigt' problem for sociologiuddannelsen.

En anden svaghed, der af aftagerne knyttes til akademiske uddannelser og dermed også sociologi, er kandidaternes **manglende føling med, hvad der sker i erhvervslivet**. Eksempelvis en mere praktisk og nuanceret viden om og forståelse af politik, institutioners opbygning, salgs- og konsulentarbejde mv. Det kræver derfor længere introduktion, træning og investering fra aftagervirksomhederne for at sætte kandidaten ordentligt ind i jobbet.

2.4 Sociologers behov for efteruddannelse

Aftagernes syn på sociologers behov for efteruddannelse afspejler de svagheder, aftagerne ser i sociologernes kompetenceprofil. Igen kommer det dog meget an på aftagervirksomhedens profil hvilke kompetencer, der efterspørges, og således også hvilke, der er behov for at fokusere mere på.

Der er i tendens til at aftagere i denne forbindelse nævner at akademiske uddannelser giver adgangsbilletten til jobbet og signalerer at kandidaten kan behandle et emne fyldestgørende, og så er det **op til virksomheden selv at forme medarbejderen efter de behov, der er knyttet til stillingen**. De konkrete behov for efteruddannelse gælder således ofte generelt for nyuddannede kandidater, frem for udelukkende for sociologiske kandidater.

Konkrete behov for efteruddannelse centrerer sig især om at sætte sig ind i virksomhedens specifikke vinkel, fagområde, anvendte teori og produkt; generelle IT-kompetencer, f.eks. brug af Officepakken og elektronisk organisering af arbejdet; viden om organisationens sam-

mensætning og virksomhedsprocedurer; forståelse for tempoet, de stramme deadlines, kompromiserne og kundefokus; samt konkrete færdigheder som avanceret statistisk databehandling, samtaleteknik, coaching og konfliktløsning. Alt sammen emner, hvor den enkelte virksomhed har følt et behov for at sætte kandidaten mere grundigt ind i sammenhængene. I tillæg til dette er der dog tendens til at aftagere indskyder at selv om sociologer også mangler noget på disse områder, er de måske en anelse bedre rustet til disse udfordringer end andre, pga. deres menneskesyn og evne til tværfaglighed.

2.5 Sammenligning af de forskellige sociologiuddannelser

Få af aftagerne kan pege på specifikke ligheder og forskelle mellem de tre sociologiuddannelser, og de fleste angiver at de har for begrænset viden til at udtale sig om dette. Sammenligningsgrundlaget er derfor meget spinkelt.

De få aftagere, der udtaler sig om forskellene mellem sociologiuddannelserne, peger på forskelle i **kvalificering af kandidaterne inden for kvantitative metoder**. Her synes Københavns Universitet at have den stærkeste profil, Aalborg Universitet har tendens til at blive opfattet som havende mindre fokus på området, om end der også nævnes nylige tiltag til forbedringer, mens der er en lille tendens til at RUC nævnes som havende en svag profil på området.

De øvrige sammenligninger centrerer sig om aftagernes syn på **uddannelsernes emnefokus hhv. undervisningsmetoderne**. Her nævnes at AAU mht. faglige kompetencer har mere konkret fokus på socialpolitiske emneområder, med relevans for nogle aftagere, dvs. har fokus på en mere lokal problemstilling vs. KU's fokus på et mere landsdækkende perspektiv. Det nævnes også at RUC's projektorienterede fokus kan være en ulempe i en virksomheds daglige arbejde. Endelig nævnes at RUC kandidaters basisviden på den organisatoriske del, sammenlignet med kandidater KU og AAU, ofte er mindre god end deres retorik og kreativitet.

2.6 Ønsker til justering af sociologiuddannelserne

Der er stor forskel på hvorvidt aftagerne føler sig i stand til at komme med bud på justering af sociologiuddannelserne, da **der er en kraftig tendens til at aftagerne ikke har specifik viden om uddannelsernes profil**. Aftagernes ønsker til op- eller nedprioritering af faglige elementer er samtidig baseret på behov og krav, der ligger virksomheden nært, og **afspejler**

således hvilke elementer virksomheden anser som mest anvendelige for deres specifikke felt.

Der er en fælles tendens til at fokusere på **opkvalificering af metodefærdigheder**, her især kvantitative metoder, samt en større viden om erhvervslivets faktiske forhold og sammensætning. Der er tendens til i denne forbindelse at understrege at opprioriteringen ikke bør ske på bekostning af den mere kvalitative del, da begge dimensioner har stor værdi og er med til at give større helhed. I stedet ønsker man at nedprioritere den mere dybdybende teori, der i erhvervsøjemed kan anses som mindre relevant for de specifikke stillinger.

2.6.1 Bedre metodebevidsthed og flere kvantitative metodefærdigheder

Generelt har aftagere i mere akademisk rettede forskningsvirksomheder større overblik over sociologiuddannelsens indhold og klarere krav til sociologers relevante kompetencer, og føler sig derfor i stand til at udtale sig på et mere uddybende plan om sociologiuddannelsens styrker og mangler.

Disse aftagere har ofte et stærkt fokus på statistik og avanceret kvantitativ analyse. De efterspørger derfor medarbejdere, der kan analysere data på et avanceret plan, og fokuserer i deres justeringsønsker på nyuddannede sociologers **mangel på avancerede kvantitative metodefærdigheder**. Også aftagere i virksomheder, der driver mere erhvervsrettet analyse, efterspørger flere metodefærdigheder, men med fokus på en **højnet generel metodebevidsthed**, dvs. om hvilke metoder, der kan anvendes i hvilke situationer.

Aftagernes konkrete løsningsforslag fokuserer på at de opfatter kvantitativ analyse og statistik som nedprioriteret på sociologiuddannelserne. De efterlyser derfor en holdningsændring, da denne nedprioritering efter deres mening har stor indflydelse på de studerendes holdninger og praksis. Eksempelvis er der tendens til at aftagerne har en opfattelse af at de studerende ikke bliver opmuntret og vejledt i tilstrækkelig grad i brug af kvantitativ analyse til f.eks. opgaver og specialer, og at kvantitativ analyse ikke inddrages i tilstrækkelig grad i undervisningen, og dermed ikke kobles til teori eller kommer til at fremstå som anvendelig for de studerende. Derfor foreslås blandt andet at uddannelserne skal fastholde, støtte og rekruttere flere undervisere med kvalifikationer indenfor og fokus på kvantitativ metode data, for at give feltet et løft og inspirere, støtte og vejlede de studerende i kvantitative metodefærdigheder.

2.6.2 Mere rettet mod erhvervslivet

Aftagernes kritik af sociologers **manglende viden om konkrete forhold i erhvervslivet** fokuserer især på ønsket om større virksomhedskendskab, bedre viden om organisationernes funktion og sammensætning, større forståelse for f.eks. politiske forhold og logikker, der har indflydelse på virksomhedens arbejde, samt mere 'pondus' i forbindelse med navigering og forhandling på arbejdsmarkedet. En optimering af disse færdigheder vil fra aftagernes perspektiv gøre sociologer mere anvendelige på arbejdsmarkedet og gøre indkøringsfasen på den enkelte arbejdsplads mere hurtig og smidig.

Konkrete løsningsforslag for at opbygge disse færdigheder er bl.a. obligatoriske praktikforløb eller erhvervsrettede pauser a la faglige uddannelser, bedre kontakt til aftagerne via aftagerforum, brug af censorer fra virksomheder; samt at træne de studerende i virksomheders arbejdsmåde, f.eks. via intern tværfagligt arbejde mellem forskellige uddannelsesretninger og ved at styrke projektarbejde i modsætning til forelæsninger.

Desuden er der en lille tendens til at aftagerne nævner at de studerende i højere grad bør støttes til løbende at publicere videnskabelige artikler eller indgå i samarbejde med arbejdspladser i forbindelse med opgaveskrivning. Dette kan give de studerende større indblik i sociologiens praktiske anvendelighed og træne dem i korte og præcise formuleringer af komplekse data, og kan samtidig gøre erhvervslivet mere opmærksomme på sociologers kompetencer og gøre den fremkomne viden tilgængelig for omverdenen.

2.7 Erfaringer med praktikanter og studentermedhjælpere

Størstedelen af aftagerne har haft praktikanter, halvdelen heraf en praktikant fra en af de sociologiske uddannelser. Desuden har halvdelen af aftagerne haft sociologistuderende ansat som studentermedhjælpere.

Praktikantens specifikke uddannelsesbaggrund betyder ofte ikke noget for aftageren i begrundelsen for at have en praktikant. Udover at praktikanten er godt i gang med en akademisk uddannelse, handler det for aftagerne mest om praktikantens personlighed, engagement og vilje til at lære. I 'ansættelsessituationen' er det således meget mere accepteret at medarbejderen er et ubeskrevet blad, som virksomheden selv kan forme, idet hele praktikforløbet er defineret ud fra læring, hvor begge parter får noget ud af forløbet i en form for vekselvirkning – noget for noget.

Initiativet til praktikforløbet kommer typisk fra den studerende selv, der kontakter virksomheden. Der er dog en lille tendens til at aftagere nævner mere kontinuerlige aftaler med for dem særligt fagligt relevante uddannelsesinstitutioner. Ingen af aftagerne har oplevet at sociologiuddannelserne har taget kontakt til dem med henblik på at diskutere muligheden for sociologistuderende praktikanter. Typisk foregår beslutningsprocessen om at tage en praktikant samtidig decentralt i aftagervirksomheden, dvs. 'ansættelsen' er afhængig af relevante opgaver til den studerende og dermed den enkelte medarbejders, f.eks. forskers, behov for assistance og syn på relevansen af den studerendes profil.

Om praktikanten senere bliver ansat er meget afhængigt af dels den enkelte aftagervirksomheds overordnede tilgang til praktikanter, dels af praktikanten selv:

- I nogle aftagervirksomheder udføres en del af arbejdet af praktikanter, og der er dermed ikke 'plads' til at ansætte den færdiguddannede praktikant senere. Andre aftagervirksomheder 'overlever' på at kunne fastholde kandidaterne senere hen til faste stillinger.
- Endvidere har virksomheden i praktikperioden haft mulighed for at se praktikanten an og derigennem vurdere, om personens specifikke kompetencer, holdninger og personlighed passer til arbejdspladsen.

2.7.1 Udbyttet af praktikforløbet

Der synes fra aftagernes perspektiv at knytte sig mere **generelle fordele til det at have en praktikant**, hvorfor aftagernes syn på udbyttet ved at have en praktikant nedenfor beskrives uafhængigt af praktikantens fagretning og uddannelsesbaggrund. For både aftagervirksomheden og praktikanten synes der samtidig at være **både mere konkrete målrettede fordele hhv. et bredere rettet udbytte ved et praktikforløb**.

Generelt består **udbyttet for aftagervirksomheden** af konkrete fordele som ekstra arbejdskraft, relevant input og en forberedelse på en eventuel senere ansættelse i virksomheden, men også af bredere mere samfundsrettede hensyn, som forberedelse til arbejdsmarkedet generelt.

Generelt centrerer **udbyttet for praktikanten** sig både om at opnå anvendelsesorienteret og praktisk viden, men samtidig i et bredere fremtidsrettet perspektiv at få indblik i 'virkeligheden', bl.a. som forberedelse til et senere karriereforløb.

Aftagervirksomhedens udbytte	Praktikantens udbytte
<p>Nye input</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nye teoretiske og praktiske input og perspektiver på problemstillinger ▪ Inspiration og ny viden om faglige tendenser ▪ Giver indtryk af den fremtidige generations forventninger og hvad der rører sig i studielivet <p>Arbejdskraft</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Billig, kvalificeret, engageret og meget anvendelig arbejdskraft ▪ God hjælp til specifikke arbejdsopgaver, der letter arbejdsbyrden for medarbejderne <p>Rekruttering</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Virksomheden får en profil på studiet, skabt netværk der kan tiltrække kvalificeret arbejdskraft ▪ Virksomheden får set personen an og forberedt denne til et fremtidigt job - i virksomheden eller på arbejdsmarkedet generelt <p>Oplæring</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Et ubeskrevet blad som virksomheden kan forme efter sine specifikke behov ▪ Indlæringsperioden er kortere og indlæringskurven stejlere, hvis praktikanten ansættes bagefter 	<p>Praktisk erfaring</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbejder med noget studierelevant, hvor teorien omsættes til hands-on / praktiske færdigheder ▪ Et spændende forløb med masser af ny viden om og konkret indsigt i en virksomheds forhold ▪ Forståelse for kompromisser og at fejl også kan omsættes til noget positivt <p>Inspiration</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aha-oplevelser, der giver inspiration til det videre studieforløb ▪ Styrket evne til at se relevansen og anvendelsen af det, man beskæftiger sig med på studiet <p>Indblik i virkeligheden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Større viden om erhvervslivet, bedre forståelse for hvordan ting fungerer 'i den virkelige verden' ▪ Lære teoriernes muligheder og begrænsninger, forståelse for hvad der virker i praksis <p>Forberedelse til karriere</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Større bevidsthed om at ens viden skal kunne transformeres til værdi ▪ Som færdig kandidat kan man senere sælge sig selv på praktisk erfaring og mindre oplæringsomkostning

Som tillæg til det mere generelle udbytte afspejler det **specifikke udbytte ved praktikanter fra sociologiuddannelserne** de tidligere nævnte styrker associeret med sociologer generelt, nemlig sociologi-praktikantens samfundsmæssige overblik, sans for mennesket og dets handlingsmønstre, samt evne til tværfaglighed.

Endvidere er **værdien af studentermedhjælpere** fra aftagernes perspektiv ofte nogenlunde det samme som for praktikanter, selv om disse studerendes arbejdssituation er anderledes. Især fordi både praktikanter og studentermedhjælpere indgår i en stilling, hvor der er fokus på at lære nye værktøjer og hvor der forventes mindre af dem, end hvis de var færdige kandidater. En lille tendens til forskel i synet på praktikanter hhv. studentermedhjælpere antydes dog, nemlig en accentuering af aftagernes vægt på studentermedhjælperens specifikke personlige kompetencer i 'ansættelsessituationen' (frem for den faglige baggrund), samt af at få løst den konkrete opgave (frem for læringsaspektet).

2.8 Kontakt med sociologiuddannelserne

2.8.1 Orientering om uddannelserne

Typisk **søger aftagerne ikke direkte og målrettet information om sociologi uddannelserne og deres indhold**. Tværtimod synes aftagernes viden i højere grad at hvile på deres egen generelle fornemmelse for uddannelserne og det indblik de har opnået via mere uformelle og 'tilfældige' informationskanaler – samt den specifikke viden de opnår i praktiske sammenhænge. Denne mere passive orienteringsstrategi afspejler bl.a. aftagernes mindre fokus på kandidatens formelle uddannelsesbaggrund og deres vægt på den specifikke og personlige profil i ansættelsessituationen, samt at man ikke altid specifikt søger sociologer og i dagligdagen prioriterer, hvad der udgør vigtig information.

Der er en kraftig tendens blandt de **aftagere, der ikke har orienteret sig** om uddannelserne, til at mene at de har et godt overblik over uddannelsens indhold og kompetencekrav via mere uformelle kanaler, f.eks. kollegaer og andre aktører inden for feltet. Herunder en lille tendens til at aftagere henviser til deres egen erfaring fra universitetet og 'hvad man hører'. Der er også en stor tendens til at aftagerne giver udtryk for at de efterhånden har mødt så mange kandidater til samtaler, at de har godt overblik over kompetenceområderne fra de forskellige samfundsvidenskabelige uddannelser.

En mindre del af aftagerne har direkte orienteret sig om sociologi eller socialvidenskabsuddannelserne, f.eks. at se på uddannelsernes hjemmeside eller på studieordningen. Orienteringen har dog her mere været en naturlig del af andre opgaver frem for et mål i sig selv, eksempelvis i forbindelse med censor-virksomhed, erhvervsvejledning eller en generel god kontakt med universitetet via forskning og studentermedhjælperne.

Alt i alt føler aftagerne på denne baggrund sig godt rustede til ansættelse af sociologikandidater. I ansættelsesprocessen kan de samtidig få konkret indblik i kandidatens specifikke fagprofil via eksamensbeviset, og finder det derfor ikke nødvendigt at sætte sig ind i uddannelsens mere generelle indhold.

2.8.2 Dialog med uddannelserne

En stor del af aftagerne har ikke været i dialog med uddannelserne for at give input til udvikling og forbedring af uddannelsernes undervisning og fagprofil, hverken på eget initiativ eller på basis af initiativer fra universiteternes side.

Generelt synes den manglende aktive indsats fra aftagernes side især at skyldes at aftagerne **betragter en eventuel dialog ud fra et 'nytteværdi-perspektiv'**. Dvs. de fleste af aftagerne føler ikke at de har behov for dialog og/eller forventer ikke at dialogen vil have den store værdi for begge parter eller den store reelle effekt.

Blandt **den store del af aftagerne, der ikke har været i dialog med uddannelserne**, er der tendens til simpelthen ikke at føle et behov for dialog. Aftagernes indtryk af deres ansatte sociologer er godt, de er kompetente og værdifulde for virksomheden – og havde indtrykket været dårligt, ville man bare ansætte andre faglige profiler næste gang. Samtidig giver man ofte udtryk for at man ikke finder dialogen relevant, på baggrund af aftagerens begrænsede viden om uddannelsen, samt fordi aftageren ikke specifikt søger sociologer.

Samtidig er der en tendens til at man ikke synes at forvente en stor lydhørhed fra universitetets side. Dette skyldes primært et mere generelt perspektiv på universitetet som fokuseret på uddannelse af kandidater til forskningsverdenen frem for til det private erhvervsliv, og på universitetsverdenen som 'træg' og præget af 'elfenbenstårne', at det tager for lang tid at implementere tiltag til at det er en dialog værd.

En mindre del af aftagerne har været i dialog med sociologiuddannelserne, her især offentlige virksomheder. Primært har dialogen dog været en naturlig del af eller appendiks til en anden kontakt med uddannelserne. Enten i forbindelse med censorvirksomhed, hvor man giver sin mening til kende over for underviseren; i forbindelse med konkret samarbejde med universitetet om f.eks. projekter eller uddannelses tiltag; samt i forbindelse med en personlig relation til medarbejdere på universitetet.

Én aftager har dog indgået i en mere målrettet dialog, ved dels at deltage i aftagerarrangementer arrangeret af Københavns Universitet, dels selv at informere uddannelserne om virksomhedens arbejdsområder og kompetencebehov.

Der er tendens til **blandede oplevelser med dialogen** blandt aftagerne. Nogle har oplevet en vis 'lydhørhed og forståelse' f.eks. fra de individuelle medarbejdere (KU og RUC), andre en lavere interesse og lytten til input (KU og AAU). Generelt synes dialogen fra aftagernes perspektiv ikke at have haft konkret effekt, hvilket dog af nogle mødes med forståelse og forklares med mere strukturelle forhold, f.eks. generelle nedskæringer eller problemer med at rekruttere relevante kompetente medarbejdere.

3 APPENDIKS

3.1 Den kvalitative undersøgelses muligheder og begrænsninger

Aftagerundersøgelsen er foretaget med udgangspunkt i den kvalitative forskningsmetode. Denne metode adskiller sig væsentligt fra f.eks. traditionelle meningsmålinger, der foretages med et kvantitativt udgangspunkt. Nedenfor opridses disse centrale forskelle samt den kvalitative analyses anvendelsesfelter og -begrænsninger.

Den kvalitative analyses overordnede formål

Den kvalitative metode anvendes for at afdække og forstå erfarings-, holdnings- og meningsstrukturer. Med den kvalitative metode gives mulighed for at studere og udforske fænomener i dybden, og herfra generere hypoteser. Målet er således ikke at opstille generaliseret viden, men derimod via en bred eksplorativ indgangsvinkel at skitsere fænomener og hypoteser nuanceret, med udgangspunkt i interviewdeltagernes perspektiv.

Brug af kvalitativ metodik

Den kvalitative metodes mest afgørende forskel fra traditionelle kvantitative undersøgelser er at den tager udgangspunkt i et langt mindre antal svarpersoner. Til gengæld anvender man længere tid til at interviewe, og får derved mulighed for at gå mere i dybden med den enkelte interviewdeltagers perspektiv.

Generelt egner den kvalitative metode sig især til problemstillinger, hvor man stiller spørgsmål af hvorfor og hvordan-typen (i modsætning til hvor mange). Man vil med andre ord forsøge at forstå fænomener, samt begrundelserne bag. Kvalitative undersøgelser giver et nuanceret, dybdegående og komplekst billede af problemstillingerne, men giver ikke svar på, hvor mange, der rent faktisk mener således, og hvordan holdningerne f.eks. fordeler sig. Typen af information, man kan udlede af en kvalitativ analyse, kan beskrives som abstrakt, hypotese-genererende og modelopstillende, med udgangspunkt i indikationer og tendenser.

Anvendelsesmuligheder for undersøgelsen

På baggrund af ovenstående skal den aktuelle aftagerundersøgelse således ikke betragtes som generaliserbar. Ligeledes fremkommer analysen ikke med endelige konklusioner om problemstillingerne. Man kan til gengæld betragte undersøgelsen som opstillende et nuanceret og dybdegående billede af tendenser og mønstre, formuleret i hypoteser, og modeller for fænomenet.

Da den ovenstående rapport tager udgangspunkt i den kvalitative metodik, gengives resultaterne ikke via specifikke tal- eller procentangivelser, men formidler et indtryk af forskellige tendensers styrke blandt de interviewede aftagere på to måder: Ved meget konkrete 'kvantitativt rettede' spørgsmål anvendes overordnede mængdeangivelser (f.eks. få, halvdelen, størstedelen, en mindre / stor del), eksempelvis i forbindelse med spørgsmål om aftageren har været involveret i ansættelsesprocessen, har haft praktikanter, har orienteret sig om uddannelserne. Ved de øvrige resultater anvendes mere kvalitative tendensangivelser (f.eks. generelt, typisk, ofte, kraftig / lille tendens). Begge måder at formidle tendenser skal dog tolkes og forstås kvalitativt, dvs. de giver ikke et generaliserbart svar på fordelingerne blandt aftagere af sociologikandidater som sådan.

3.2 Spørgerammeflow

Introduktion og baggrundsoplysninger

1. Hvad er din funktion i organisationen?
2. Hvor mange sociologer fra KU eller AAU/socialvidenskabskandidater fra RUC har din afdeling/virksomhed ansat? I hvilke typer job/stillinger?
3. Har du/I andre samfundsvidenskabelige kandidater ansat?
4. Har du nogen sinde orienteret dig om indholdet i de tre uddannelser? Var det brugbare oplysninger du fik?

Ansættelse

5. Har du selv været med til at ansætte sociologerne? Hvilken rolle havde du i processen? Var de nyuddannede da de blev ansat?
6. Hvad har ligget til grund for at I har valgt at ansætte sociologer? Hvad talte for/imod?
7. Hvordan vægter du/din virksomhed generelt kompetencer fra personens uddannelse i forhold til erhvervs erfaring, når I ansætter?

Kompetencer

8. Kan du give en karakteristik af sociologers kompetencer – hvad er deres stærke og svage sider i relation til jeres arbejdsopgaver?
9. Hvis du skulle sammenligne kompetencerne hos sociologer fra AAU/KU med socialvidenskabskandidater fra RUC - hvad er så deres stærke/svage sider?
10. Hvordan vurderer du sociologernes kompetencer inden for kvantitativ metode?
11. Hvordan vurderer du sociologernes kompetencer inden for kvalitativ metode?
12. Hvilke opgaver er Sociologi- og socialvidenskabsuddannelsernes kandidater især gode til – og hvorfor? → Forskning; Udredning og analyse; Administration; Undervisning
13. Inden for hvilke områder/emner har nyansatte sociologer hos jer især behov for efteruddannelse/træning?
14. Hvis du havde indflydelse på tilrettelæggelsen af sociologiuddannelserne, var der så faglige elementer du ville henholdsvis op- eller nedprioritere?

Praktik

15. Har I haft praktikanter fra en af de tre uddannelser på jeres arbejdsplads? Hvorfor? Hvem tog initiativet?
16. Hvad fik din virksomhed ud af at have en praktikant fra uddannelserne? Ville I tage praktikant fra uddannelserne igen?
17. Hvad fik praktikanten ud af sit praktikophold?
18. Blev praktikanten senere ansat hos jer? Hvad var den vigtigste grund til dette?
19. Har I haft studentermedhjælpere fra en af de tre uddannelser? Hvorfor?

Dialog med uddannelserne

20. Har du været i kontakt med uddannelserne med henblik på at give dit synspunkt på uddannelserne som aftager af kandidater? Hvem tog initiativet?
21. Er der noget i uddannelsernes opbygning, indhold, orientering eller profil, der bør ændres?
 - 21.1. Har du prøvet at formidle dine forslag til uddannelserne? Synes du at dit synspunkt blev hørt og førte til ændringer? Hvis nej: Hvorfor ikke?