

## **Life-long Learning in Business and Industry**

### **Information and Communication Technology as Vehicle and Tool**

Jean Binon

De “13<sup>th</sup> ENCoDe conference” met als titel “Life-long Learning in Business and Industry, Information and Communication Technology as Vehicle and Tool” werd van 5 tot 7 juli 2001 georganiseerd door onze Noorse collega’s van het Hogskolen i Ostfold Ostfold University College in Halden. ENCoDe staat voor “European Network for Communication Development in Business and Education”.

Een beperkt deelnemersveld dit keer. Slechts een zestigtal collega’s lieten zich verleiden om naar het meer excentrisch gelegen Halden te trekken. Toch waren zowel Hong Kong, California, Australië als Frankrijk, de KUL, de UCL en Spanje vertegenwoordigd. Heel wat bekende en bevriende gezichten. Een programma dat niet overladen was met veel “networking opportunities”, een uitstekende infrastructuur met goed functionerende computers in elk auditorium, een puike organisatie en een gezellige sfeer. Verder bestaat er ook een grote affiniteit tussen de collega’s uit Halden en het ILT. We proberen allemaal onze interfacefunctie tussen theorie en praktijk zo goed mogelijk te vervullen, we hebben analoge onderzoeksdomeinen, we delen dezelfde “communauté de répertoire”. Alle ingrediënten dus voor een geslaagd congres.

Hoewel het olierijke Noorwegen (de tweede producent van ruwe olie na Saoedi-Arabië!) geen lid is van de Europese Unie, kan het toch van een aantal Europese voordelen genieten, o.a. deelname aan Linguaprogramma’s.

Halden is zowat het Noorse Martelange. Het ligt in het meest zuidelijke puntje van Noorwegen, vlak aan de Zweedse grens. In Zweden is het leven ongeveer 20% goedkoper, ook de benzineprijzen. De Noren trekken dus geregeld de grens over om hun inkopen te doen en te tanken, net zoals de Belgen dat in Luxemburg doen. Winkelcentra gecombineerd met tankstations rijzen ook hier als paddestoelen uit de grond.

Ostfold University College ondervindt de negatieve gevolgen van de economische welvaart. Er is geen echte werkloosheid in Noorwegen, nauwelijks een wrijvingswerkloosheid van 2%. Heel wat studenten vinden na hun middelbare studies onmiddellijk een job in een bedrijf waar ze verder gevormd worden. Ze doen dus de moeite niet meer om verder te studeren. Daardoor is het studentenaantal sterk gedaald tot ongeveer 700. Daarbij komt de algemene rationalisatie- en schaalvergrotingstendens waardoor heel wat docentenjobs op de helling staan. Projecten, Linguaprogramma’s enz. kunnen wel even soelaas brengen, maar ze bieden geen structurele oplossingen. Dan is er ook de gedwongen samenwerking met andere instellingen en de botsing van organisatieculturen die men niet met één handtekening op mekaar kan afstemmen. De huidige voorzitter van de Haldengroep van universitaire instellingen of instellingen van hoger onderwijs is een verpleegster die blijkbaar weinig begrip heeft voor het beperkt aantal uren dat een taaldocent moet geven.

Het fenomeen van fusies en concentratie geldt nog meer in de bedrijfswereld en dit thema kwam ook uitvoerig aan bod in een aantal papers. Over de communicatieproblemen die daaruit voortvloeien wordt immers heel wat onderzoek gedaan.

Het is een opvallende trend in het dertienjarig bestaan van ENCoDe dat het strikt taalkundige steeds meer op de achtergrond geraakt terwijl het interculturele, de culturele verschillen, de managements- en communicatieproblemen die daar mee gepaard gaan steeds meer op de voorgrond treden.

Hierbij een korte presentatie van enkele memorabele voordrachten of papers.

### **Gudmund Hernes, Unesco International Institute of Educational Planning, Paris, New Century, New World**

Hernes was ooit nog professor in de sociologie en minister van Onderwijs van Noorwegen, maar weinig geliefd omwille van zijn drastische rationalisaties, alvorens bij de UNESCO te Parijs te gaan werken.

Hij somde een aantal kenmerken op van de ICT-wereld waarin we leven: “digitalization, integration of machines and humans, miniaturization, globalization, growth of the number of users and multitasking connections, acceleration” enz. De sociale consequenties zijn dat de wereld steeds kleiner wordt. “The world is shrinking”. Er zijn meer GSM's dan fietsen in Noorwegen, de jeugd brengt meer tijd door voor de computer dan voor het t.v.-scherm.

Toch heeft de kennismaatschappij ook nadelen. Men wordt door een steeds grotere massa informatie overstelpt en het is steeds moeilijker bij te blijven en uit de beschikbare informatie geïntegreerde kennis te construeren. “The paperless office”, het papierloze kantoor is een mythe. Er wordt meer uitgeprint dan ooit. E-mail is prachtig maar het is een “mixed blessing”. Dit communicatiekanaal bepaalt mee onze agenda, het verhoogt de werk- en de deadlinedruk. Bepaalde bedrijven, o.a. Microsoft domineren de wereld. Engels wordt dé internettaal bij uitstek. Dit betekent een culturele verarming. Culturele verscheidenheid is een rijkdom, beter dan uniformiteit. Sommige talen dreigen te verdwijnen.

Met al die ICT-voordelen en de globaliseringstendens mogen we niet vergeten dat de helft van de mensheid nooit een telefoon heeft gebruikt en dat 1/7<sup>de</sup> van de wereldbevolking nog steeds ongeletterd is. “The have nots will be the know nots”. Dit stemt inderdaad tot nadenken.

### **André Avias, Eva Lambertsson Björk, Jutta Eschenbach, Pierre Léderlin, Ostfold University College : VOCTE (ICT-based Vocational Communication and Training for SME's in Europe), An alternative to a Lingua Franca in Europe**

Met dit Leonardo da Vinci-project willen onze Haldense collega's bewijzen dat er een alternatief bestaat voor het Engels als lingua franca. Hun bedoeling is precies de culturele en taalkundige diversiteit in Europa te stimuleren door iedereen zoveel mogelijk zijn eigen taal te laten spreken maar wel te zorgen dat men een goede

receptieve kennis heeft van de andere taal of talen. “It’s much easier to learn to understand a language when you don’t have to produce it”. Uiteraard is de interculturele component erg belangrijk in dit opzicht. Het is niet voldoende de code van de partner te begrijpen, maar ook zijn discours, zijn culturele achtergrond, het referentiekader van waaruit hij spreekt of schrijft. Dat is veel meer dan het linguïstisch aspect alleen.

Dit project steunt dus op hetzelfde principe van l’intercompréhension, die o.a. door Claire-Blanche Benvéniste gepromoot wordt voor de Romaanse talen. Daarmee bedoelt men de mogelijkheid die alle sprekers van een Romaanse taal hebben mekaar te begrijpen zonder dat ze de andere Romaanse talen actief beheersen. Deze receptieve vaardigheden kunnen aanzienlijk verbeterd worden door aangepaste lees- en luisterstrategieën en door een beter inzicht in de taalkundige structuur van de verwante talen, zodat men daar gemakkelijker een zekere systematiek in kan terugvinden.

Het voordeel is dat iedereen zij eigen moedertaal kan blijven spreken en zich niet beperkt voelt in zijn uitdrukkingmogelijkheden. Wat het begrijpen betreft bevinden alle partners zich in dezelfde (precaire) “learning situation”. Ze moeten allemaal wat moeite doen. Niemand domineert, wat wel het geval is wanneer één van de partners of onderhandelaars volledig in zijn eigen moedertaal kan werken, terwijl de andere zijn plan moet trekken in de vreemde taal. Bij het onderhandelen is het evenwicht in de onderhandelingspositie immers zeer belangrijk.

In dit project wordt met drie talen (Noors, Frans en Duits), drie landen (Noorwegen, Frankrijk en Duitsland) en drie KMO’s gewerkt. De bedoeling is naar een aantal KMO’s in de betrokken landen een vragenlijst op te sturen om hun bereidheid na te gaan aan dit experiment deel te nemen en dus een aantal werknemers een beperkte receptieve kennis van een of twee andere talen bij te brengen, voor zover dit nodig is. Voor het Noors zal dat in de meeste gevallen wel noodzakelijk zijn. Verder zal met tandems worden gewerkt. Twee werknemers van verschillende landen communiceren met elkaar in verschillende talen, ofwel rechtstreeks in een “face to face tandem” ofwel via een “on line tandem” (met internet). Verschillende modaliteiten zijn mogelijk en zullen worden uitgetoetst: traditioneel onderwijs “avec un zeste de TIC”, traditioneel onderwijs met Pc’s, “logiciels, didacticiels” etc., afstandsonderwijs met of zonder vergaderingen.

### **Mirjaliisa Charles, Helsinki School of Economics, Corporate Policy and Local Realities in Communication: The Case of Nordea (Merita Nordbanken)**

Tijdens het eerste ENCoDe-congres te Barcelona in 1989 viel Mirjaliisa Charles reeds op als jonge PhD-studente met haar onderzoek over “negotiation strategies”, waaraan ze haar doctoraat wijdde en dat later in boekvorm werd uitgegeven.

Deze voordracht bevestigde haar grote wetenschappelijke en didactische kwaliteiten. Twee grote Scandinavische banken zijn recent gefusioneerd: de Zweedse bank “Swedish Nordbanken” en de Finse “Merita Bank”. De nieuwe groep heet Nordea. Een soort Scandinavisch Fortis- of Interbrewverhaal dus. Het onderzoek dat Charles voorstelde heeft betrekking op de taalkundige en communicatie-uitdagingen die een dergelijke fusie met zich meebrengt. Taal- en communicatietrainingen moeten worden opgezet om een nieuwe bedrijfscultuur, “a new corporate identity and a feeling of togetherness”, te creëren en te stimuleren.

Wat de voertaal betreft dacht men eerst Zweeds te introduceren voor de interne

bedrijfscommunicatie. Geen probleem voor de Zweden en vermits de Finnen Zweeds als tweede taal leren, dacht men dat het taalprobleem dus snel geregeld zou zijn. Maar... “Language is more than communication and communication is more than language”. Taal is een communicatiemiddel maar ook een wapen dat met macht, persoonlijkheid, identiteit te maken heeft. Al vrij snel bleek de opgelegde voertaal een bron van conflicten.

De kennis van het Zweeds van de Finnen werd vaak overschat. Bovendien is het Zweeds, dat in Finland gesproken wordt door een minderheid en als tweede taal aangeleerd wordt op school, soms erg verschillend van het Zweeds dat in Zweden wordt gesproken. De Finnen die Zweeds als vreemde taal moesten spreken, voelden zich benadeeld ten opzichte van de Zweden die hun moedertaal konden hanteren. Bovendien zijn er ook emotionele en patriottische factoren die meespelen.

Eerst heeft men een aantal “coping strategies” uitgetoetst. Voor de Finnen werden speciale taalcurricula Zweeds opgezet. Sommigen werden naar “language havens” gemuteerd waar ze weinig Zweeds nodig hadden. Voor alle werknemers werd een “cultural awareness training” georganiseerd. Het kon allemaal niet baten.

Men is dan maar overgeschakeld naar het Engels, zoals Interbrew na de fusie tussen Stella Artois en Jupiler.

### **Marie-Thérèse Claes, ICHEC, UCL, The impact of culture and bilingualism on advertising in Belgium**

In haar boeiende paper probeerde onze collega na te gaan welke de impact is van het samenleven van verschillende taalgemeenschappen en culturen in een land als België op de publiciteit die een delicaat evenwicht (the highest common denominator) probeert te bereiken tussen “global” and “local”.

Vaak zijn de producten en de merken “global” maar de consumenten en hun motivatie zijn “local”. Zij hebben hun eigen waardenschaal en levensstijl. Slogans kan je ook zo maar niet vertalen. *Nova* is een goed bedoelde merknaam van een wagen die het in Zuid-Amerika duidelijk niet deed want wie koop er nu “un coche que no va”? Connotaties en associaties verschillen van taal tot taal.

Adverteerders baseren zich op de klassieke culturele dimensies: tijd, korte of lange termijngerichtheid, ruimte, communicatiecontext, individualisme of collectivisme, hiërarchische afstand, onzekerheidsvermijding, mannelijkheid, vrouwelijkheid, enz.

Men probeert rekening te houden met de culturele eigenheid van de verschillende taalgemeenschappen. Zo is de BV-cultus een onbekend fenomeen in Wallonië en zal men daar dus niet kunnen op inspelen in de publiciteit. Men speculeert dus eerder op de algemeen Belgische waarden: zekerheid, betrouwbaarheid, een eigen huis hebben, conservatisme, individualisme, belang hechten aan respect, succes, een zekere status, sterke familiebanden enz.

Interessant is het in het buitenland, voor een vreemd publiek, een landgenote bezig te horen over een probleem dat we van dichtbij meebelevan.

Verder waren er nog een aantal interessante lezingen o.a. van een Siberische collega uit

de “Omsk State Technical University”, **Ludmila Tchakewa**, die rapporteerde (Terminology in International Business) over de immense terminologieproblemen waarmee men geconfronteerd wordt sinds alle vroegere USSR republieken hun eigen voertaal willen hanteren.

Een jonge Duitse onderzoekster van de “Göteborgs Universitet”, **Margit Breckle**, bestudeert de culturele verschillen tussen Zweedse en Duitse zakenlui in het domein van de zakelijke communicatie: Kulturunterschiede in der schwedisch-deutschen Wirtschaftskommunikation. Ze doet dit aan de hand van kwalitatieve interviews waaruit de stereotypes blijken, zoals: de Zweden praten en praten maar , maar beslissen slechts langzaam of nooit, de Duitsers zijn zeer directief. Sommige clichés worden echter door het onderzoek duidelijk tegengesproken.

**Agnes Borgulya** van de universiteit van Pécs (Hongarije) had het over “Ten years on our Journey towards our International Goal. The Influence of International Firms on Business Communication”. Ook in Hongarije hechten de bedrijven meer en meer belang aan een goede interne en externe bedrijfscommunicatie. De invloed van de Westerse smaak is bijzonder opvallend in de niet verbale, visuele communicatie. Vaak doet men voor dit soort marketingstrategie en “imagebuilding” een beroep op gespecialiseerde firma's.

Onze bijdrage, een joint venture met onze collega's Serge Verlinde en Thierry Selva «Lexicographie pédagogique et communication sur objectifs spécifiques» werd enthousiast onthaald. De waardering van buitenlandse collega's voor het werk dat hier aan het ILT gebeurt betekent steeds weer een krachtige stimulans.