

TYPISK DANSK – TYPISK TYSK ?

SMiK-undervisningsmaterialer
til bevidstgørelse af nationale stereotyper

Erla Hallsteinsdóttir, Philipp Baunsgaard Koll, Katarina Le Müller & Jörg Kilian





INTERREG4A
SYDDANMARK-SCHLESWIG-K.E.R.N.

Den Europæiske Fond for Regionaludvikling
Den Europæiske Union · Vi investerer i din fremtid



SMiK

ISBN 978-87-996637-2-9

© 2015 SMiK-projekt

www.stereotypenprojekt.eu



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Erla Hallsteinsdóttir, Philipp Baunsgaard Koll, Katarina Le Müller & Jörg Kilian: **Typisk dansk – typisk tysk? SMiK-undervisningsmaterialer til bevidstgørelse af nationale stereotyper**. Odense: SMiK-projekt.

Originaltitel:

Erla Hallsteinsdóttir, Philipp Baunsgaard Koll, Katarina Le Müller & Jörg Kilian: **Typisch deutsch – typisch Dänisch? SMiK-Unterrichtsmaterialien zur Bewusstmachung von nationalen Stereotypen**. Odense: SMiK-Projekt. 2015.

Illustrationer: Mie Nørgaard Mouritsen

SMiK-logo: Franziska Neubert

Wordles: Erla Hallsteinsdóttir

Kort af Tyskland og Danmark som arbejdsark: Colourbox.dk

Oversættelse til dansk: Matthias Dreve

SMiK er et samarbejdsprojekt mellem Institut for Sprog og Kommunikation på Syddansk Universitet i Odense og Germanistisches Seminar på Christian-Albert-Universität i Kiel. Projektet er medfinansieret af INTERREG4A-programmet Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. med midler fra Den Europæiske Fond for Regionaludvikling; www.interreg4a.dk/wm390709.

Projektledelse: Dr. Erla Hallsteinsdóttir & Prof. Dr. Jörg Kilian

Kontakt: smik@stereotypenprojekt.eu

Indholdsfortegnelse

Projektledernes forord	6
1. Indledning	8
1.1 Undervisningsforløb 1: Hvad er typisk tysk og typisk dansk (nationalitet)?	10
1.2 Undervisningsforløb 2: Hvad er typisk dansk og typisk tysk (land)?.....	11
1.3 Undervisningsforløb 3: Stereotyper i reklamer	12
2 Aktiveringsøvelse: "Hvad er typisk dansk og typisk tysk?"	13
3 Ordforrådsøvelser med SMiK-stereotypedifferentialet	15
3.1 SMiK-stereotypedifferentialet	15
3.2 Masterkopier af arbejdsark til SMiK-differentialet.....	18
SMiK-arbejdsark 1: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet	20
SMiK-arbejdsark 2: Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet.....	22
SMiK-arbejdsark 3: Tosproget ordforrådsøvelse med danske og tyske adjektiver fra SMiK-differentialet	24
SMiK-arbejdsark 4: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om menneskerne.....	26
SMiK-arbejdsark 5: Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om menneskerne	28
SMiK-arbejdsark 6: Tosproget ordforrådsøvelse med tyske og danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om menneskerne	30
SMiK-arbejdsark 7: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om nationalitet.....	32
SMiK-arbejdsark 8: Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om nationalitet.....	34
SMiK-arbejdsark 9: Tosproget ordforrådsøvelse med tyske og danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om nationalitet.....	36
SMiK-arbejdsark 10: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om et land og dets produkter	38
SMiK-arbejdsark 11: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om landet og dets produkter	40

SMiK-arbejdsøvelse 12: Tosproget ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om landet og dets produkter 42

4 Bevidstgørelse af stereotyper: "Byg din Stereotyp" – variation a..... 44

4.1 Øvelse til bevidstgørelse af og refleksion over stereotyper..... 44

4.2 Masterkopier til SMiK-arbejdsark "Byg din stereotyp" – Variation a: Hvad er typisk dansk og typisk tysk?..... 45

SMiK-arbejdsark 13: Hvad er typisk tysk og typisk dansk (nationalitet)?..... 46

SMiK-arbejdsark 14: Hvad er typisk tysk og typisk dansk (land)?..... 47

5 Bevidstgørelse af stereotyper: „Byg din stereotyp“ – variation b..... 48

5.1 Øvelse til bevidstgørelse af og refleksion over stereotyper i reklamer..... 48

5.2 Masterkopier til SMiK-arbejdsark til „Byg din stereotyp“ – variation b: stereotyper i reklamer..... 49

SMiK-arbejdsark 15: Tyske stereotype forestillinger (heterostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer..... 50

SMiK-arbejdsark 16: Danske stereotype forestillinger (autostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer..... 51

SMiK-arbejdsark 17: Danske stereotype forestillinger (autostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer..... 52

SMiK-arbejdsark 18: Danske stereotype forestillinger (heterostereotyper) om det typisk tyske, Tyskland og tyskere i reklamer..... 53

6 Refleksion over stereotyper: afsluttende sammenligning med resultaterne fra SMiK-undersøgelsen "typisk dansk – typisk tysk" 54

6.1 Afsluttende øvelser med refleksion over stereotyper og en sammenligning med resultaterne fra SMiK..... 54

6.2 Masterkopier af SMiK-arbejdsark med SMiK-resultaterne 57

SMiK-arbejdsark 19: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende Tyskland og Danmark..... 63

SMiK-arbejdsark 20: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende de tyske og de danske mænd 65

SMiK-arbejdsark 21: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende de tyske og de danske kvinder 67

SMiK-arbejdsark 22: SMiK-resultaterne om typisk dansk og typisk tysk – mere positivt..... 69

SMiK-arbejdsark 23: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende typisk dansk og typisk tysk – mere negativt..... 71

SMiK-arbejdsark 24: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende stereotyper i reklamer 73

SMiK-arbejdsark 25: SMiK-kulturbriller – refleksion over stereotyper (tyske elever).....	75
SMiK-arbejdsark 26: SMiK-kulturbriller – refleksion over stereotyper (danske elever)	76
7 Sproglig-kulturelle handlemønstre.....	77
<i>7.1 Sproglig-kulturelle handlemønstre og funktionel adækvathed i den dansk – tyske kommunikation.....</i>	<i>77</i>
<i>7.2 Masterkopier af SMiK-arbejdsark 27-30.....</i>	<i>80</i>
SMiK-arbejdsark 27: sproglig adækvathed (e-mail)	82
SMiK-arbejdsark 28: Sproglig adækvathed (telefonsamtale)	84
SMiK-arbejdsark 29: kulturelle handlemønstre i virksomhedskommunikationen	88
SMiK-arbejdsark 30: kulturelle handlemønstre (rollespil ”restaurantbesøg”)	90
Bibliografi.....	98

Projektledernes forord

Projektet "Nationale stereotyper og marketingstrategier i den dansk-tyske interkulturelle kommunikation" (SMiK) beskæftiger sig med de stereotype forestillinger som tyskere og danskere har om dem selv og hinanden. Vi arbejder ud fra en definition af stereotyper som sproglig-kulturelt prægede mønstre for vores måde at tænke og handle på. Stereotype sproglig-kulturelle mønstre former således vore forventninger, forkærlighed, fordomme og forestillinger om os selv og andre, og danner derved grundlaget for det interkulturelle møde, dvs. hvordan vi interagerer med mennesker fra andre kulturer. Når vi stereotypt forbinder negative egenskaber med en anden nation, kan de gensidige forventninger og forestillinger danne en barriere i interkulturel kommunikation og samarbejde. Derimod kan positive stereotyper godt have en positiv indflydelse på vores forestillinger, forventninger og beslutninger.

Denne publikation indeholder undervisningsmateriale til bevidstgørelse af og refleksion over nationale stereotyper. Materialet, som er udarbejdet på grundlaget af SMiK-projektets resultater, består af korte beskrivelser af øvelserne med efterfølgende masterkopier af arbejdsark til anvendelse i undervisningen for dansk og tysk som fremmedsprog. Øvelserne er gentagne gange blevet testet og evalueret såvel i undervisningen til dansk og tysk som fremmedsprog som i modersmålsundervisningen (L1) i tysk og dansk. En udførlig dokumentation af udviklingen af SMiK-undervisningsmaterialet, dets teoretiske forankring og evalueringer kan du finde under menupunktet "projektresultater" på SMiK-projektets hjemmeside (www.stereotypenprojekt.eu).

Stereotype forestillinger om andre lande og nationaliteter kan med fordel også tematiseres i andre fag end fremmedsprogsundervisningen. En oplagt – allerede evalueret – anvendelse af SMiK-projektets undervisningsmaterialer er at implementere øvelserne i modermålsundervisningen i dansk og tysk. Her kan en indledende bevidstgørelse af stereotypers væsen og rolle i kommunikationen foretages, der sidenhen fortsættes og fordybes i fremmedsprogsundervisningen. Undervisningsmaterialer tilpasset de nationale L1-kompetencemål for tysk som L1 findes på hjemmesiden under „projektresultater“.

Det sidste undervisningsforløb i dette materiale indeholder øvelser med udvalgte eksempler på funktionel adækvat handling i den dansk-tyske interkulturelle kommunikation. I SMiK-projektet har vi tillige udarbejdet tosproget undervisningsmateriale til dansk-tysk virksomhedskommunikation og hvor øvelser til at handle adækvat ud fra overvejelser omkring kontekst, situation, hensigt, målsætning, samt forholdet mellem modtager og afsender, indgår. Materialet kan du ligeledes finde på projektets hjemmeside under menupunktet "projektresultater".

Øvelserne undervisningsmaterialet skal forstås som en inspirationskilde til at arbejde med emner som fx selv- og fremmedbillede, identitet, samt ordforråd i såvel modersmåls- og fremmedsprogsundervisning som andre fag. Det ville glæde os, hvis du lader dig inspirere af vores materiale til at arbejde videre med at udvikle øvelserne og indholdet. Giv os gerne en tilbagemelding herom, samt konstruktiv kritik og ideer, på kilian@germsem.uni-kiel.de.

De SMiK-medarbejdere som var ansvarlige for udarbejdelsen af undervisningsmaterialet anføres ved navn som forfattere. Hele SMiK-teamet har gentagne gange diskuteret materialerne til projektmøder og bidraget med både kritiske kommentarer, konstruktive ideer og ændringsforslag til materialernes opbygning. Flere af SMiK-teamets medlemmer har bidraget til bearbejdelsen af de teoretisk-metodiske tilgange, undersøgelser, analyser og resultater som danner grundlaget for materialet. At undervisningsmaterialet eksisterer i den foreliggende form skal derfor anses som en fælles præstation som tilskrives det samlede SMiK-team.

Vi vil derfor benytte lejligheden for at sige tak til alle i SMiK-temaet for deres store indsats for projektet. Især ønsker vi at takke Matthias Dreve for oversættelsen af de tyske materialer til dansk.

Odense og Kiel, juni 2015

Erla Hallsteinsdóttir og Jörg Kilian

1. Indledning

Dette undervisningsmateriale til bevidstgørelse af nationale stereotyper indeholder forskellige øvelser baseret på resultaterne fra SMiK-projektets empiriske forskning i dansk-tyske stereotyper. I materialerne finder du en kort beskrivelse af de enkelte øvelser og dertilhørende masterkopier af arbejdsark til anvendelse i undervisningen for dansk og tysk som fremmedsprog.

Det overordnede mål med øvelserne er at bevidstgøre sprogligt bundne stereotype forestillinger om eget land (autostereotyper) og andre lande (heterostereotyper) og etablere en kritisk-reflekterende omgang med sprogligt forankrede og erhvervede stereotyper. Med en kritisk sammenligning af elevernes egne stereotype forestillinger med andres opfattelser udbygges eleverne bevidsthed om kulturelt betingede forskelle og ligheder. Denne bevidsthed er grundlaget for at eleverne kan lære at omgå stereotyper med et kritisk blik. Et øvelsesforløb bør altid afsluttes med et af arbejdsarkene til sammenligning af elevernes arbejde med de aktuelle dansk-tyske stereotyper fra SMiK-projektets omfattende spørgeskemaundersøgelse om "typisk dansk – typisk tysk". Sammenligningen bør omfatte en eksplicit kritisk refleksion af elevernes individuelle stereotype forestillinger for at undgå at materialerne bidrager til at bekræfte eksisterende stereotyper.

Det er vigtigt at undervisere og elever ikke opfatter SMiK-projektets resultater som en facitliste til øvelserne. Målet med øvelserne er en bevidstgørelse af nationale stereotyper og deres sproglige forankring, og der kan således ikke være tale om "rigtige" og "forkerte" svar. Øvelsernes formål er at eleverne opnår en forståelse af at den sproglige italesættelse af nationaliteter er forbundet med tilskrivningen af stereotype forestillinger, ofte i form af adjektiver. Disse forestillinger afspejler ikke en realitet, men er udtryk for bestemte kulturelt og historisk opståede verdenssyn ('Weltansichten'). En vigtig erkendelse er ligeledes, at eleverne ikke har tilegnet sig de sprogligt bundne stereotyper ved egen erfaring eller endda videnskabelig analyse, men at stereotype forestillinger åbenbart overtages ureflekteret igennem tilegnelse af sprog. Øvelserne på **SMiK-arbejdsark 1-26** skal derfor åbne op for elevernes refleksion og diskussion i forbindelse med sammenligningen af SMiK-resultaterne med deres egne resultater.

SMiK-arbejdsark 27-30 indeholder et undervisningsforløb med øvelser for dansk-tysk kommunikation. I øvelserne gennemgås udvalgte eksempler på erhvervskommunikation med det formål at eleverne skal opnå en forståelse for relevansen af funktionelt adækvate handlingsmønstre i kommunikationen. Materialerne kan også bruges i modersmålsundervisningen. I SMiK-projektet har vi derudover udviklet tosprogede

undervisningsmaterialer til dansk-tysk erhvervskommunikation. Materialerne er tilgængelige under "projektresultater" på projektets hjemmeside.

Alle øvelser indeholder en resultatsikrende del og arbejdsarkene kan derfor anvendes selvstændigt. Vi anbefaler dog, at kombinere øvelserne på arbejdsarkene i følgende rækkefølge i et undervisningsforløb, der spænder over flere undervisningstimer:

- (1) **Aktiveringsøvelse:** aktivering og registrering af de nationale stereotyper som findes kollektivt i en kultur og eksisterer hos eleverne.
- (2) **Arbejde med ordforråd** på grundlag af SMiK-differentialet som basis til at arbejde videre med beskrivelsen af nationale stereotyper.
- (3) **Bevidstgørelse af stereotyper** og arbejde med elevernes egne dansk-tyske stereotype forestillinger i et af de to moduler "Byg din stereotyp" eller "Typisk dansk – typisk tysk".
- (4) **Refleksion over stereotyper** ved sammenligning af egne stereotype forestillinger med SMiK-projektets undersøgelse af de aktuelle dansk-tyske stereotyper, som et udgangspunkt og en inspiration til kritisk refleksion over stereotyper.

Vi har sammensat følgende tre forslag til, hvordan arbejdsarkene kan sammensættes i længere undervisningsforløb:

1.1 Undervisningsforløb 1: Hvad er typisk tysk og typisk dansk (nationalitet)?

(1) **Aktiveringsøvelse:** "Hvad er typisk dansk og tysk?" I denne øvelse samles på de kollektive forestillinger som eleverne tror at danskerne har om sig selv og om tyskerne. Ligeledes samles også på de forestillinger eleverne tror at tyskerne har om sig selv og danskerne (→ kap. 2).

(2) **Ordforrådsøvelse** med SMiK-stereotypedifferentialet (→ kap. 3). Variation a (begyndersprog), variation b (avancerede sprogkundskaber) eller en kombination af variation a og b:

a. Basisordforråd A1/A2 → et af arkene **SMiK-arbejdsark 1-3**.

b. Basisordforråd B1+ suppleret med udvalgte adjektiver fra SMiK-undersøgelserne → et af arkene **SMiK-arbejdsark 7-9: Stereotype forestillinger om nationaliteter** – eller, hvis man ønsker at fokusere på stereotype forestillinger om mennesker af dansk hhv. tysk nationalitet, **SMiK-arbejdsark 4-6: stereotype forestillinger om mennesker**.

(1) **Bevidstgørelse** af stereotyper med **SMiK-arbejdsark 13:** Hvad er typisk dansk og typisk tysk (nationalitet)? Øvelsen har til formål at styrke bevidstheden om de **egne** stereotyper forestillinger hos eleverne ligesom at opnå en refleksion over nationale stereotyper. (→ kap. 4).

(3) **Refleksion og sammenligning af egne stereotype forestillinger med SMiK-projektets resultater:** Eleverne skal enten bearbejde **SMiK-arbejdsark 22 og 23** eller – hvis man ønsker at fokusere mere snævert på stereotype forestillinger om mennesker af dansk hhv. tysk nationalitet – **SMiK-arbejdsark 20 og 21** (→ kap. 6). En supplerende præsentation af resultaterne fra de andre arbejdsark med SMiK-resultater foregår i et foredrag og/eller i kombination med en afsluttende diskussionsrunde.

(4) **Refleksion med SMiK-kulturbriller:** Undervisningsforløbet bør afsluttes med en refleksion over forholdet mellem selv- og fremmedbilleder (auto- og heterostereotyper) og den sproglig-kulturelle påvirkning af eget verdenssyn (Weltansicht): **SMiK-arbejdsark 25** (tyske elever) eller **SMiK-arbejdsark 26** (danske elever).

1.2 Undervisningsforløb 2: Hvad er typisk dansk og typisk tysk (land)?

(1) **Aktiveringsøvelse:** "Hvad er typisk dansk og tysk?" I denne øvelse samles på de kollektive forestillinger som eleverne tror at danskerne har om sig selv og om tyskerne. Ligeledes samles også på de forestillinger eleverne tror at tyskerne har om sig selv og danskerne (→ kap. 2).

(2) **Ordforrådsøvelse** med SMiK-stereotypedifferentialet (→ kap. 3). Variation a (begyndersprog), variation b (avancerede sprogkundskaber) eller en kombination af variation a og b:

a. Basisordforråd A1/A2 → et af arkene **SMiK-arbejdsark 1-3**.

b. Basisordforråd B1+ suppleret med udvalgte adjektiver fra SMiK-undersøgelserne → et af arkene **SMiK-arbejdsark 7-9: Stereotype forestillinger om nationaliteter** – eller, hvis man ønsker at fokussere på stereotype forestillinger om produkter og egenskaber i forbindelse med en nation, **SMiK-arbejdsark 10-12: stereotype forestillinger om landet og landets produkter**.

(3) **Bevidstgørelse** af stereotyper med **SMiK-arbejdsark 14:** Hvad er typisk tysk og typisk dansk (land)? Øvelsen har til formål at styrke bevidstheden om de **egne** stereotyper forestillinger hos eleverne ligesom at opnå en refleksion over nationale stereotyper. (→ kap. 5).

(4) **Refleksion og sammenligning af egne stereotype forestillinger med SMiK-projektets resultater:** Eleverne skal enten bearbejde **SMiK-arbejdsark 19** eller – hvis man ønsker at fokusere mere snævert på stereotype forestillinger om landene og deres produkter – **SMiK-arbejdsark 24** (→ kap. 6). En supplerende præsentation af resultaterne fra de andre arbejdsark med SMiK-resultater foregår i et foredrag og/eller i kombination med en afsluttende diskussionsrunde.

(5) **Refleksion med SMiK-kulturbriller:** Undervisningsforløbet bør afsluttes med en refleksion over forholdet mellem selv- og fremmedbilleder (auto- og heterostereotyper) og den sproglig-kulturelle påvirkning af eget verdenssyn (Weltansicht): **SMiK-arbejdsark 25** (tyske elever) eller **SMiK-arbejdsark 26** (danske elever).

1.3 Undervisningsforløb 3: Stereotyper i reklamer

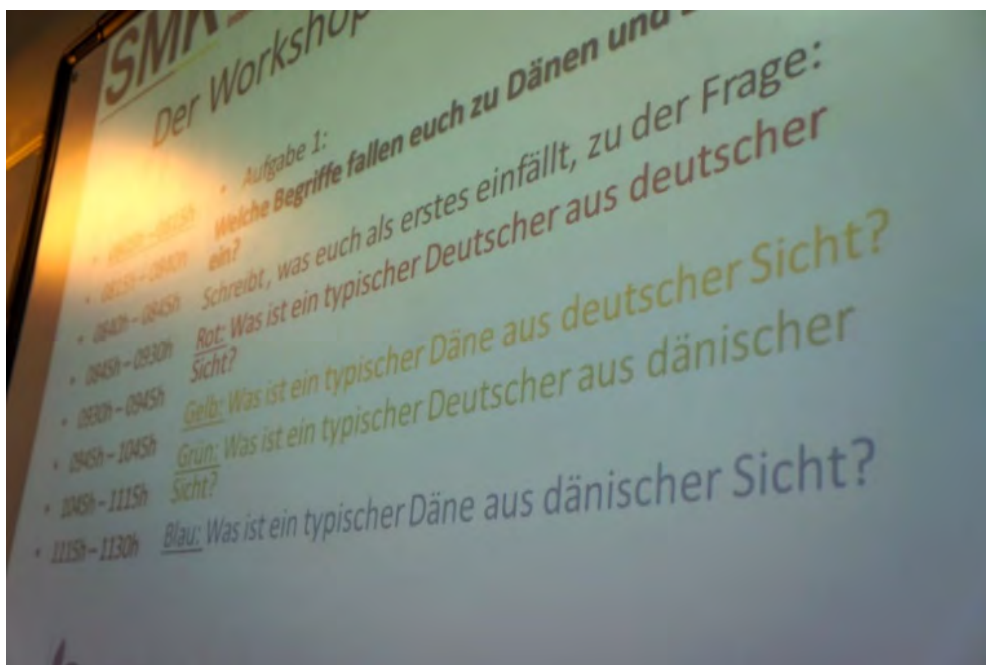
- (1) **Aktiveringsøvelse:** "Hvad er typisk dansk og tysk?" I denne øvelse samles på de kollektive forestillinger som eleverne tror at danskerne har om sig selv og om tyskerne. Ligeledes samles også på de forestillinger eleverne tror at tyskerne har om sig selv og danskerne (→ kap. 2).
- (2) **Ordforrådsøvelse** med SMiK-stereotypedifferentialet (→ kap. 3). Variation a (begyndersprog), variation b (avancerede sprogkundskaber) eller en kombination af variation a og b:
 - a. Basisordforråd A1/A2 → en variation af **SMiK-arbejdsark 1-3**.
 - b. Basisordforråd B1+ suppleret med udvalgte adjektiver fra SMiK-undersøgelserne → en variation af **SMiK-arbejdsark 10-12: Stereotype forestillinger om landet og landets produkter** – eller, hvis man ønsker at fokusere på stereotype forestillinger om nationaliteter, **SMiK-arbejdsark 7-9: stereotype forestillinger om nationaliteter**.
- (3) **Bevidstgørelse** af stereotyper med **SMiK-arbejdsark 15-16** (tyske elever) eller **17-18** (danske elever) over stereotyper i reklamer (→ kap. 5). Øvelsen har til formål at styrke bevidstheden om de **egne** stereotyper forestillinger hos eleverne ligesom at opnå en refleksion over anvendelsen af nationale stereotyper i reklamer.
- (4) **Refleksion og sammenligning af egne stereotype forestillinger med SMiK-projektets resultater:** Eleverne skal enten bearbejde **SMiK-arbejdsark 24** eller – hvis man ønsker at fokusere mere snævert på stereotype forestillinger om dansk hhv. tysk nationalitet – **SMiK-arbejdsark 19** (→ kap. 6). En supplerende præsentation af resultaterne fra de andre arbejdsark med SMiK-resultater foregår i et foredrag og/eller i kombination med en afsluttende diskussionsrunde.
- (5) **Refleksion med SMiK-kulturbriller:** Undervisningsforløbet bør afsluttes med en refleksion over forholdet mellem selv- og fremmedbilleder (auto- og heterostereotyper) og den sproglig-kulturelle påvirkning af eget verdenssyn (Weltansicht): **SMiK-arbejdsark 25** (tyske elever) eller **SMiK-arbejdsark 26** (danske elever).

2 Aktiveringsøvelse: "Hvad er typisk dansk og typisk tysk?"

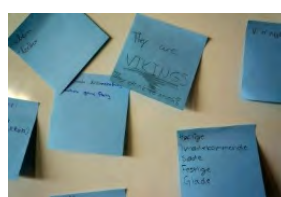
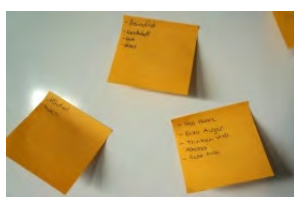
SMiK-projektets undervisningsforløb indledes med en øvelse, hvor eleverne nedskriver og samler deres stereotype forestillinger om dem selv som medlemmer af en nation (autostereotyper), deres forestillinger om medlemmer af en anden nationalitet (heterostereotyper) og deres antagelser af, hvad medlemmer af den anden nationalitet har af stereotype forestillinger om elevernes nationalitet (spejlstereotyper).

Øvelsen indeholder følgende spørgsmål:

- *Hvad anser tyskere som "typisk tysk"?*
- *Hvad anser tyskere som "typisk dansk"?*
- *Hvad anser danskere som "typisk tysk"?*
- *Hvad anser danskere som "typisk dansk"?*



Eleverne skriver deres svar på spørgsmålene på små sedler i forskellige farver (som på de nedenstående fotos¹), fx notessedler eller andet papir, der kan klæbes på fx en væg eller tavle. Der bruges særskilt farve til hvert spørgsmål.



¹ Fotos: Katarina Le Müller & Philipp Baunsgaard Koll.

3 Ordforrådsøvelser med SMiK-stereotypedifferentialet

3.1 SMiK-stereotypedifferentialet

Et semantisk differentiale er en velkendt metode ved undersøgelser af sprogligt bundne stereotyper. Stereotypedifferentiale indeholder som regel adjektiver, der skal angives som egenskaber associeret med et givet stikord (fx *dansk, Danmark* hhv. *tysk, Tyskland*). Det semantiske differentiale er meget tæt knyttet til leksikalsk viden om betydninger af ord. Adjektiverne i de følgende øvelser er udvalgt på grundlaget af resultater fra SMiK-projektets tekstanalyser og spørgeskemaundersøgelser, dvs. sammensætningen af differentialet er empirisk funderet.

Stereotypedifferentiale anvendes især til undersøgelser af forskelle i stereotype forestillinger blandt forskellige grupper, fx om elever med forskellig social, kulturel, etnisk, regional baggrund og/eller i forskellig alder, forbinder forskellige forestillinger med en angiven nationalitet. Et stereotypedifferentiale bør dog altid anvendes med en sund portion kritisk sans: skønt adjektiverne i SMiK-differentialet er udvalgt på grundlaget af empiriske undersøgelser, antydes der dog med disse adjektiver, at der eksisterer faste, mere eller mindre afsluttede og encyklopædisk verificerbare korrelationer mellem alle medlemmer af en hel nation og bestemte (stereotype) egenskaber. Netop denne antydning indebærer en erkendelse, som eleverne skal arbejde sig frem til: sådan et semantisk differentiale kan også bruges til at stille spørgsmålstegn ved enkelte egenskaber. Der er ikke noget "rigtigt" eller "forkert" i forbindelse med stereotype forestillinger, men det gælder at finde ud af, om de eksisterer i vores hoveder eller ej.

I de følgende øvelser arbejder eleverne med at udvide deres ordforråd. Grundlaget for øvelserne er en liste med adjektiver som forekommer hyppigt i form af egenskaber i SMiK-projektets spørgeskemaundersøgelser og tekstanalyser. Udbyttet af øvelserne skal både ses som en forberedelse for de efterfølgende øvelser med dansk-tyske stereotyper og som en første oversigt over de sprogligt bundne nationale stereotyper der allerede eksisterer hos eleverne.

Hvis modsatte egenskaber ikke allerede var til stede i SMiK-adjektivlisten har vi tilføjet adjektiver med modsat betydning (antonymer). En del af arbejdet med ordforrådet er, at eleverne skal synliggøre polariteten i adjektivernes betydning ved at bestemme antonymrelationer. Her vil eleverne finde ud af at ikke alle adjektiver har et antonym i begge sprog: DE: *berufstätig* - ? / DK: *hjemmegående* - *udearbejdende* (?). I de tilfælde, hvor der ikke findes noget antonym til et adjektiv bør fænomenet "leksikalsk hul" (manglende ord for egenskaber, hvor der eksisterer et ord på det andet sprog) være en del af diskussionen i forbindelse med ordforrådsarbejdet. En anden vigtig del af ordforrådsarbejdet er sammenligningen af adjektivernes betydningsomfang i modersmålet og fremmedsproget. Her bør associative semantiske stereotyper og muligheden for præcise oversættelser af

adjektiverne tematiseres. Eksempler på ord, hvor der kræves en særlig bevidsthed om kulturbundne betydningsforskelle og stereotyper er f.eks. *nationalistisch* (DE) – *nationalistisk* (DK) og *gemütlich* (DE) – *hyggelig* (DK).

På følgende SMiK-arbejdsark finder du masterkopier til de forskellige varianter af ordforrådsøvelserne (en udførlig beskrivelse af indholdet finder du under de enkelte arbejdsark). På arbejdsarkene er adjektiverne samlet i temafelter som fx "udseende" og "adfærd". Desuden kan man vælge mellem etsprogede danske hhv. tyske adjektiver til brug i undervisningen i dansk hhv. tysk som fremmedsprog. Ønsker man at arbejde samtidigt med elevernes betydningsviden i såvel modersmålet som i fremmedsproget, anbefaler vi at bruge de tosprogede arbejdsark.

Adjektivøvelserne kan anvendes med såvel fokus på det ene af sprogene, såvel som både dansk og tysk, ligesom de kan vægtes efter elevernes sprogkompetence. Da adjektiverne er samlet inden for temafelter i relation til et overordnet tema, er det en god idé at planlægge arbejdet med mere end ét arbejdsark i undervisningen. Det kan anbefales først at starte med arbejdsark med øvelser for A1/A2-ordforrådsniveau (**SMiK-arbejdsark 1-3**), for dernæst at fortsætte arbejdet med et eller flere af de temaspecifikke arbejdsark. Vær opmærksom på, at dit valg af adjektiv-arbejdsark bør ske ud fra hvilket modul af "Byg din stereotyp" (kap. 4 og 5) du ønsker at fortsætte med efterfølgende.

Vigtig information vedr. øvelse 3:

Ved anvendelsen af adjektiv-arbejdsarkene som en del af et undervisningsforløb om stereotyper kan du vælge opgave 3 fra. Denne øvelse har til formål er at dokumentere elevernes arbejdsresultater i tilfælde af at adjektiv-arbejdsarkene anvendes som selvstændige øvelser.

Opgaven i øvelse 3 er holdt forholdsvis uspecificeret for at give læreren mulighed for at tilpasse øvelsen til elevernes forudsætninger. En beslutning om tekstens længde samt en nærmere specifikation af genre og antallet af adjektiver som eleverne skal anvende er i høj grad afhængig af elevernes sproglige niveau og genrebevidsthed. Som lærer kender du eleverne og har dermed et bedre beslutningsgrundlag mht. fastlæggelse af øvelsens omfang og ønskede resultat.

Når adjektiv-arbejdsarkene anvendes som selvstændige opgaver, og øvelse 3 bruges til dokumentation af arbejdsresultater, er det meget vigtigt at øvelsen afsluttes med en diskussion om stereotyper. Hvis der ikke foretages en refleksion over, hvilke funktioner og effekter stereotyper potentielt har, risikerer man at elevernes eksisterende stereotype forestillinger forbliver ubevidste og at man med øvelsen bare fastgør nationale stereotyper i stedet for at

hjælpe eleverne til en bevidst omgang med stereotyper. Du finder inspiration og materialer til en afsluttende diskussion i kapitel 6.

I adjektivøvelserne skal eleverne arbejde med ordbøger. Vi anbefaler at bruge de etsprogede lærerordbøger for tysk som fremmedsprog. Alternativt kan man bruge følgende online ordbøger og portaler:

Tysk

- Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache: www.dwds.de
- DUDEN: www.duden.de
- Tysk korpus i Projekt Deutscher Wortschatz, hvor man kan finde både synonymer og betydningsgrupper og søge efter kombinationsmuligheder i forbindelse med skriveøvelserne: www.wortschatz.uni-leipzig.de

Dansk

- Det Danske Sprog- og Litteraturselskabs internetportal www.sproget.dk med adgang til bl.a. Den Danske Ordbog og Dansk Synonymordbog: <http://ordnet.dk/ddo>
- Dansk korpus i Projekt Deutscher Wortschatz (især i forbindelse med arbejdet med kombinationsmuligheder af ord i skriveøvelser): http://wortschatz.uni-leipzig.de/ws_spezial/?dict=dan_mixed_2012.

Tosproget dansk-tysk

- Dansk-tysk / Tysk-dansk ordbog: www.pons.de
- Ordbog for dansk-tysk – tysk-dansk på Ordbogen.com (kræver betaling): www.ordbogen.com.
- Gyldendals ordbogsportal (kræver betaling): <https://ordbog.gyldendal.dk/>

3.2 Masterkopier af arbejdsark til SMiK-differentialet

SMiK-arbejdsark 1-3 indeholder adjektiver fra SMiK-differentialet, der hører til niveauerne A1/A2 i Den Fælles Europæiske Referenceramme for Sprog² (FER). Bearbejdelsen i relation til referencerammens niveauer er foretaget ud fra Goethe-Institutts opdeling af ordforrådet i tysk³. For at sikre differentialets polaritet blev der tilføjet antonymer, som dog ikke alle er en del af ordforrådet på niveau A1/A2.

SMiK-arbejdsark 4-6: stereotype forestillinger om tyskere og danskere, SMiK-arbejdsark 7-9: stereotype forestillinger om nationalitet og SMiK-arbejdsark 10-12: stereotype forestillinger om et land hhv. om produkter fra et land indeholder adjektiver fra SMiK-differentialet, der hører til ordforrådet fra niveau B1/B2 i FER. Bearbejdelsen i relation til referencerammens niveauer er foretaget ud fra Goethe-Institutts opdeling af ordforrådet i tysk. Arbejdsarkene indeholder desuden adjektiver, der ikke er del af basisordforrådet, men som er relevante for arbejdsarkenes temafelter og forekommer særdeles hyppigt i SMiK-projektets spørgeskemaundersøgelser. Vi har i givet fald også tilføjet antonymer for at sikre differentialets polaritet.

Arbejdsark 1-3: SMiK-differential:

- **SMiK-arbejdsark 1:** ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet
- **SMiK-arbejdsark 2:** ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet
- **SMiK-arbejdsark 3:** tosproget ordforrådsøvelse med danske og tyske adjektiver fra SMiK-differentialet.

Arbejdsark 4-6: Stereotype forestillinger om tyskere og danskere med udgangspunkt i spørgsmålene:

- a) *"Hvordan er danskere: Hvad kendetegner en typisk dansker?"*
 - b) *„Hvordan er tyskere: Hvad kendetegner en typisk tysker?“*
- **SMiK-arbejdsark 4:** ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om mennesker

² Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen: Lernen, lehren, beurteilen. www.goethe.de/z/50/commeuro/i0.htm.

³ Glaboniat, Manuela/Perlmann-Balme, Michaela/Studer, Thomas. 2012. **Zertifikat B1. Deutschprüfung für Jugendliche und Erwachsene. Wortschatz, Strukturen.** München.

- **SMiK-arbejdsark 5:** ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om mennesker
- **SMiK-arbejdsark 6:** tosproget ordforrådsøvelse med danske og tyske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om mennesker

Arbejdsark 7-9: Stereotype forestillinger om nationalitet med udgangspunkt i spørgsmålene:

a) *"Hvad er typisk dansk?"*

b) *„Hvad er typisk tysk?"*

- **SMiK-arbejdsark 7:** Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om nationalitet
- **SMiK-arbejdsark 8:** Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om nationalitet
- **SMiK-arbejdsark 9:** Tosproget ordforrådsøvelse med danske og tyske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om nationalitet

Arbejdsark 10-12: Stereotype forestillinger om et land hhv. om produkter fra et land med udgangspunkt i spørgsmålene:

a) *"Hvad er typisk for Danmark?" "Hvad er typisk for Tyskland?"*

b) *"Hvad er typisk for tyske produkter?" "Hvad er typisk for danske produkter?"*

- **SMiK-arbejdsark 10:** Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om et land hhv. om produkter fra et land
- **SMiK-arbejdsark 11:** Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om et land hhv. om produkter fra et land
- **SMiK-arbejdsark 12:** Tosproget ordforrådsøvelse med danske og tyske adjektiver fra SMiK-differentialet: stereotype forestillinger om et land hhv. om produkter fra et land

SMiK-arbejdsark 1: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Du har fået den opgave at skrive to tekster til en rejseguide om lande i Europa. Den ene af teksterne skal have overskriften "Typisk for Tyskland" og den anden "Typisk for Danmark". Brug adjektiverne i din tekst for at beskrive hvad der er typisk ved Danmark og Tyskland.

unhöflich

schön

glücklich

freundlich

unsportlich

sympathisch

offen

modern

sportlich

interessant

kulturell

unsympathisch

unfreundlich

kulturlos

fit

langweilig

faul

rothaarig

teuer

preiswert

unglücklich

blond

hübsch

hässlich

pünktlich

altmodisch

höflich

dunkelhaarig

billig

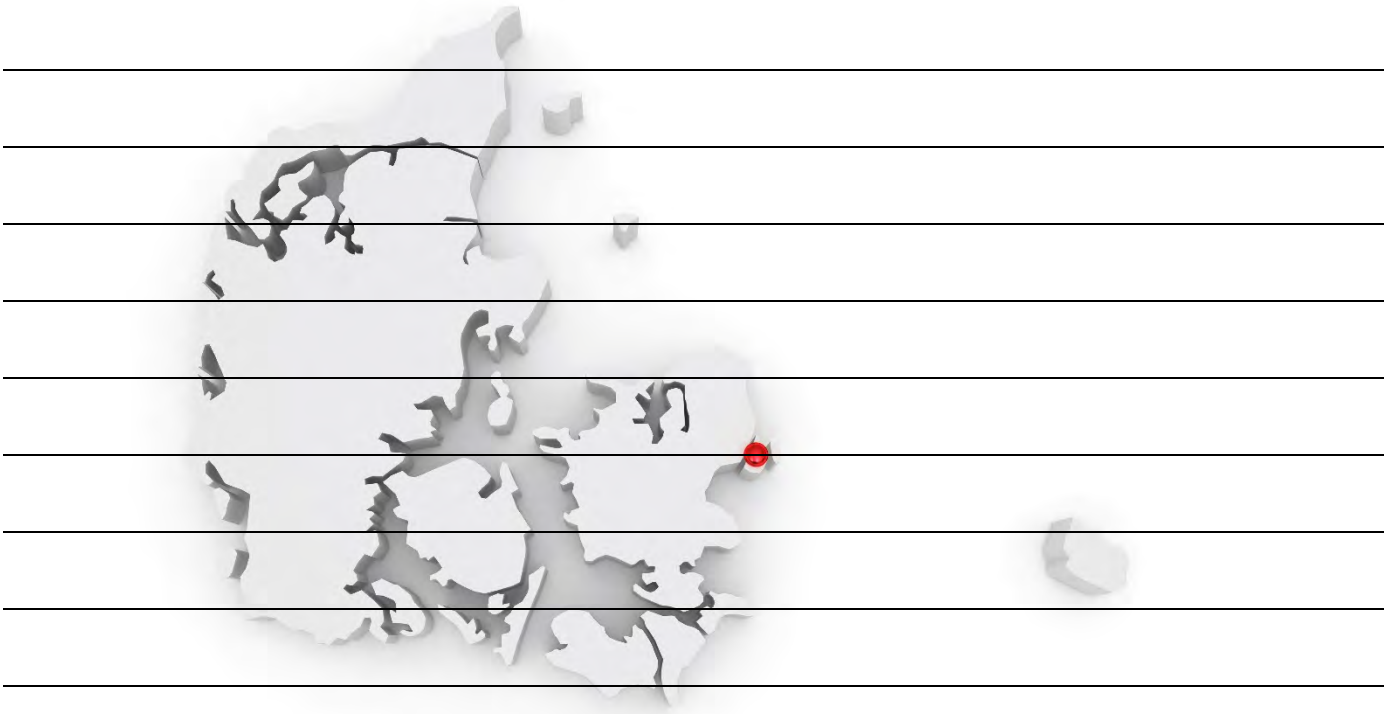
schlank

verschlossen

fleißig

dick

unpünktlich



SMiK-arbejdsark 2: Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Du har fået den opgave at skrive to tekster til en rejseguide om lande i Europa. Den ene af teksterne skal have overskriften "Typisk for Tyskland" og den anden "Typisk for Danmark". Brug adjektiverne i din tekst for at beskrive hvad der er typisk ved Danmark og Tyskland.

smuk

kulturel

upræcis

lykkelig

slank

kulturløs

uhøflig

gammeldags

usympatisk

åben

billig

venlig

rødhåret

usportslig

køn

høflig

blond

punktlig

doven

uvenlig

mørkhåret

sparty

tyk

ulykkelig

kedelig

sympatisk

interessant

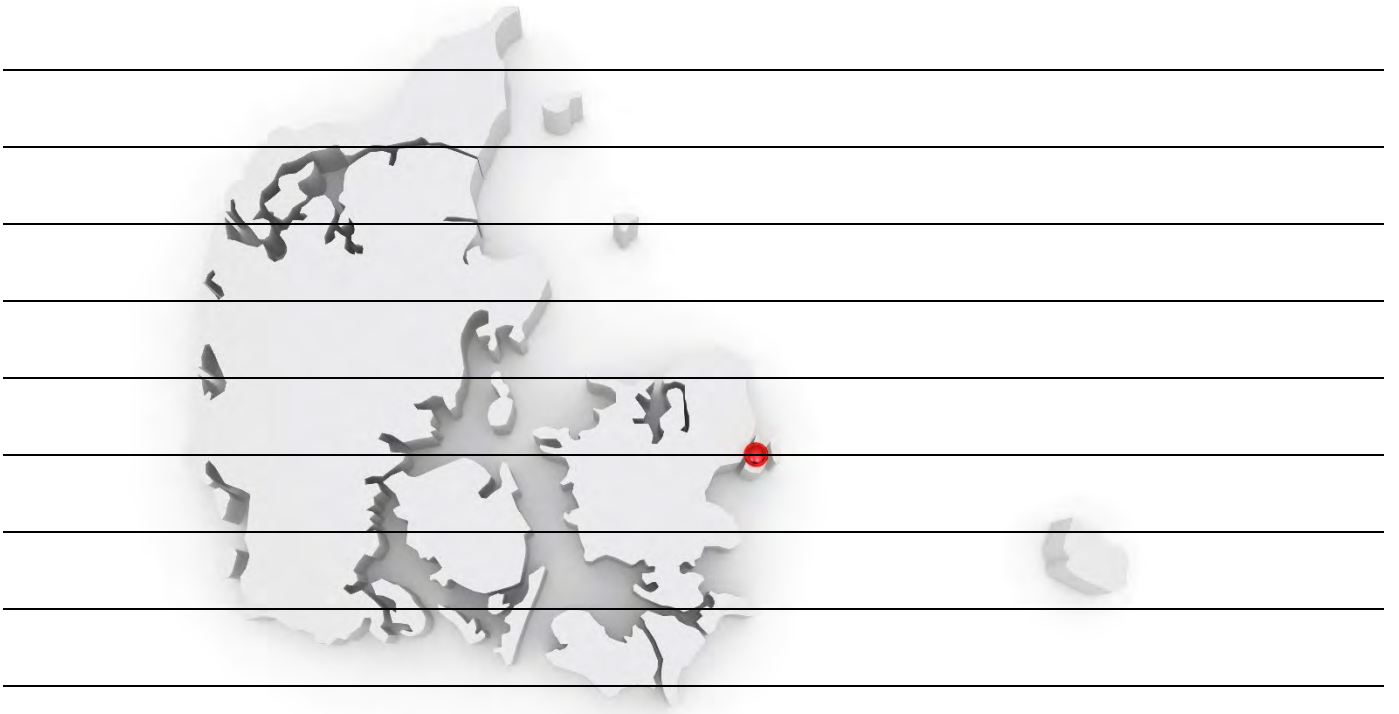
lukket

grim

moderne

flittig

dyr



SMiK-arbejdsark 3: Tosproget ordforrådsøvelse med danske og tyske adjektiver fra SMiK-differentialet

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske/tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Du har fået den opgave at skrive to tekster til en rejseguide om lande i Europa. Den ene af teksterne skal have overskriften "Typisk for Tyskland" og den anden "Typisk for Danmark". Brug adjektiverne i din tekst for at beskrive hvad der er typisk ved Danmark og Tyskland.

billig

preiswert

dunkelhaarig

rothaarig

usportslig

kedelig

moderne

kulturlos

tyk

slank

teuer

blond

unsympathisch

uhøflig

offen

venlig

sporty

fleißig

hässlich

faul

interessant

gammeldags

kulturell

pünktlich

uvenlig

hübsch

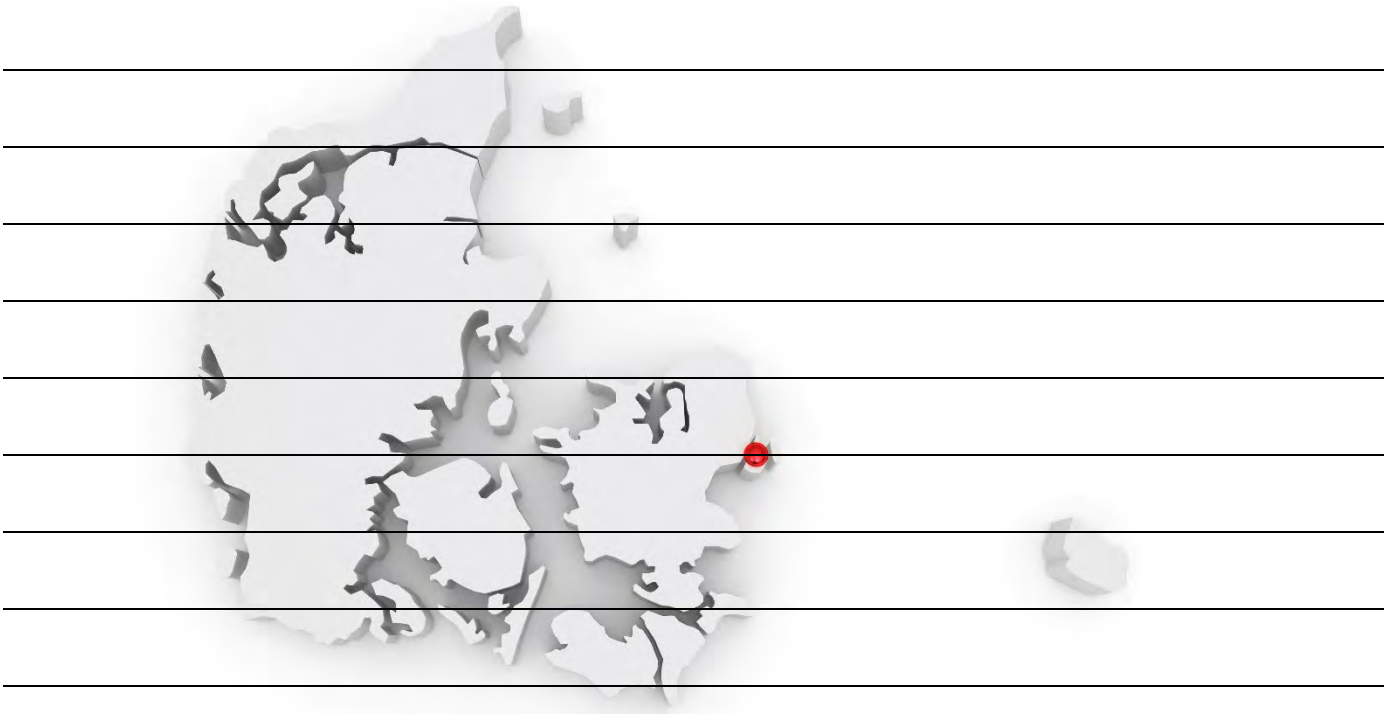
schön

høflig

lukket

upræcis

sympatisk



SMiK-arbejdsark 4: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om menneskerne

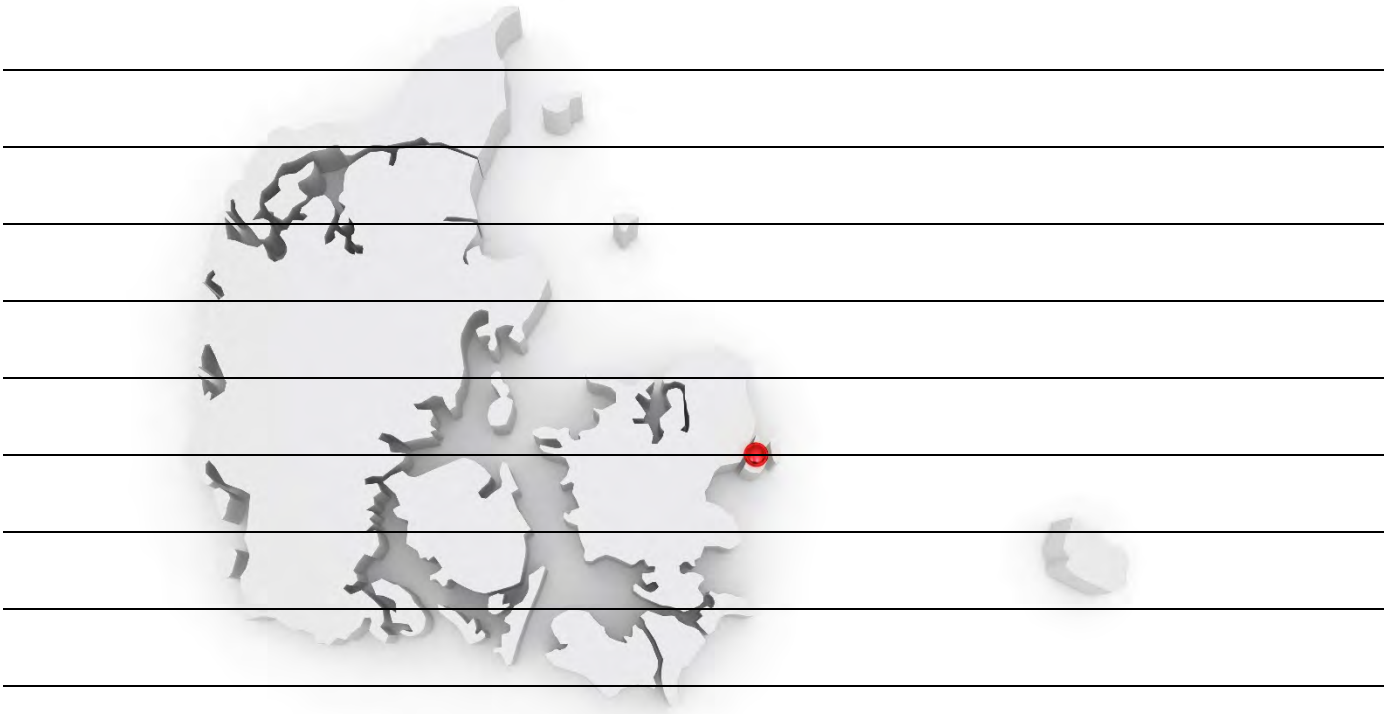
Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Skriv en tekst med overskriften "Vi og de andre" til en internetside om elevudveksling. Anvend i jeres tekst de adjektiver, der bedst beskriver det typiske. I teksten skal du svare på følgende spørgsmål:

- "Hvordan er danskerne: Hvad kendetegner en typisk dansker?"
- "Hvordan er tyskerne: Hvad kendetegner en typisk tysker?"

	<i>steif</i>		<i>groß</i>		<i>formell</i>	
	<i>selbstbewusst</i>		<i>zurückhaltend</i>		<i>freundlich</i>	
	<i>inkorrekt</i>		<i>unordentlich</i>		<i>ungemütlich</i>	
	<i>faul</i>		<i>unkritisch</i>		<i>hübsch</i>	<i>informell</i>
	<i>ordentlich</i>		<i>fleißig</i>	<i>entspannt</i>		<i>gemütlich</i>
	<i>klein</i>	<i>gelassen</i>		<i>dick</i>	<i>angespannt</i>	<i>arbeitsam</i>
		<i>korrekt</i>		<i>schlank</i>		<i>unfreundlich</i>
	<i>hässlich</i>		<i>hilfsbereit</i>		<i>unsicher</i>	<i>modebewusst</i>



SMiK-arbejdsark 5: Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om menneskerne

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Skriv en tekst med overskriften "Vi og de andre" til en internetside om elevudveksling. Anvend i jeres tekst de adjektiver, der bedst beskriver det typiske. I teksten skal du svare på følgende spørgsmål:

- "Hvordan er danskerne: Hvad kendetegner en typisk dansker?"
- "Hvordan er tyskerne: Hvad kendetegner en typisk tysker?"

tynd

sød

køn

tilbageholdende

blond

usikker

drikfældig

ukritisk

gammeldags

beskeden

ædruelig

afslappet

lukket

uvenlig

anspændt

modebevidst

mørkhåret

selvsikker

pæn

åben

moderne

doven

skægget

sur

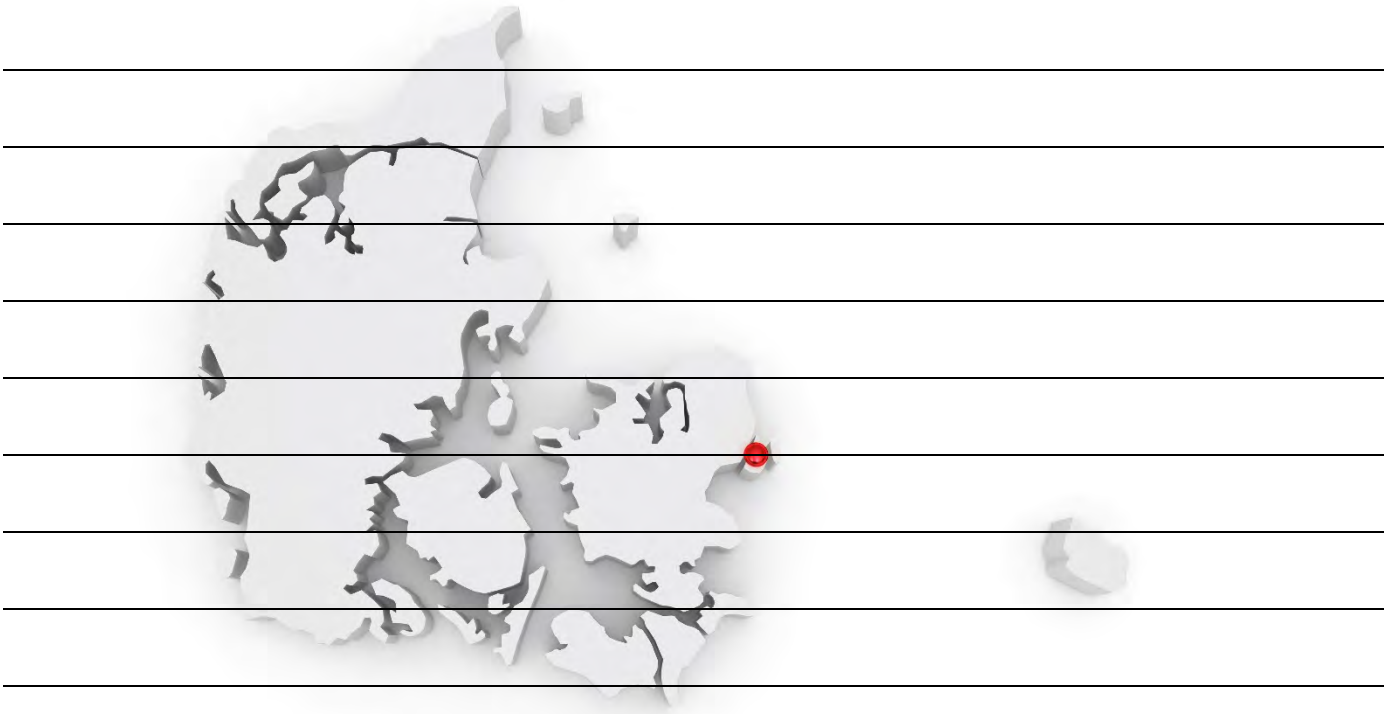
tyk

flittig

venlig

imødekommende

grim



SMiK-arbejdsark 6: Tosproget ordforrådsøvelse med tyske og danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om menneskerne

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske/tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Skriv en tekst med overskriften "Vi og de andre" til en internetside om elevudveksling. Anvend i jeres tekst de adjektiver, der bedst beskriver det typiske. I teksten skal du svare på følgende spørgsmål:

- "Hvordan er danskerne: Hvad kendetegner en typisk dansker?"
- "Hvordan er tyskerne: Hvad kendetegner en typisk tysker?"

zurückhaltend

drikfældig

beskeden

ædruelig

arbejsam

hilfsbereit

pæn

schlank

fleißig

wichtigtuend

freundlich

dunkelhaarig

hübsch

blond

unfreundlich

entspannt

tyk

grim

anspændt

køn

usikker

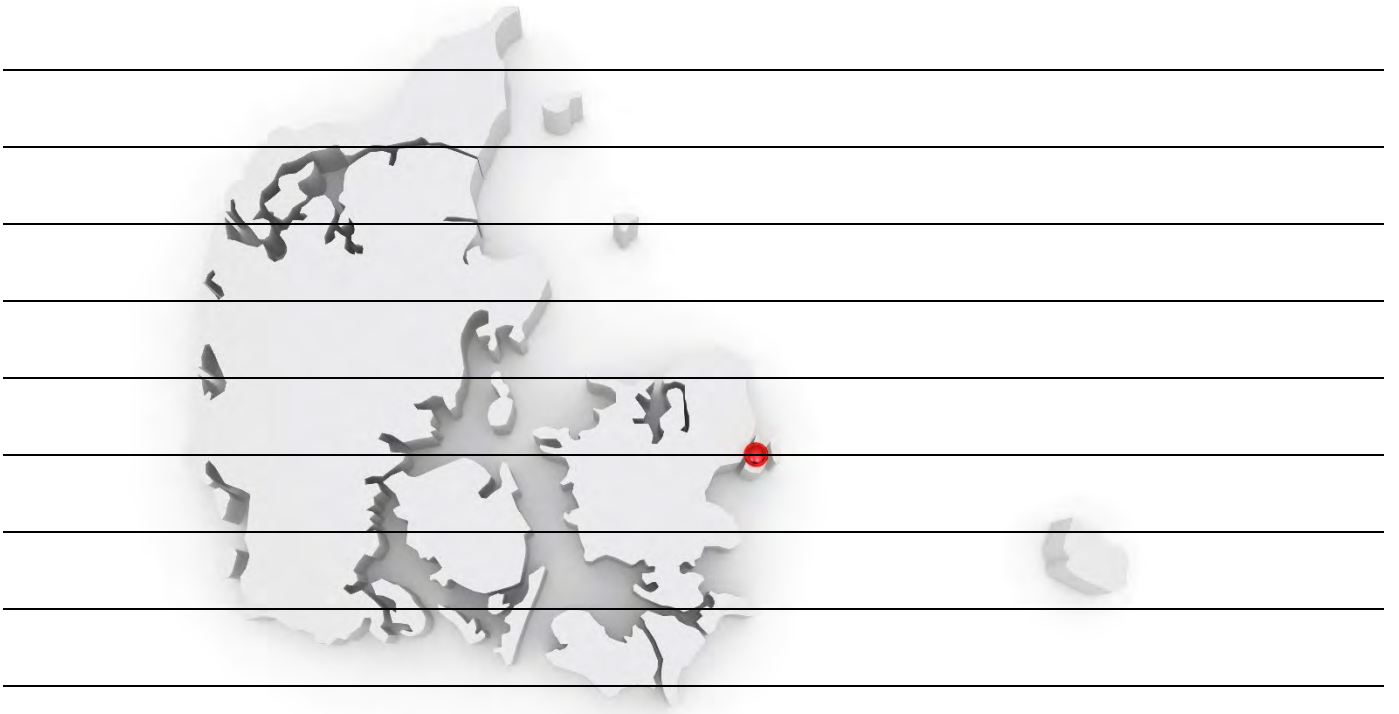
gammeldags

moderne

hässlich

selvsikker

faul



SMiK-arbejdsark 7: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om nationalitet

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Del ordene op i grupper efter hvor godt de passer til Danmark og Tyskland eller begge lande og skriv ordene ned på kortet over Danmark og Tyskland. Forklar, hvorfor du har lavet netop denne opdeling. Brug kortet til at svare på spørgsmålene:

- "Hvad er typisk tysk?"
- "Hvad er typisk dansk?"

stiv

gæstfri

afslappet

imødekommende

intolerant

venlig

antiautoritær

dygtig

udisciplineret

formel

egoistisk

grundig

gammeldags

familiefjendsk

udygtig

upræcise

tolerant

ulig

åben

punktlig

uformel

autoritetstro

overfladisk

fremmedfjendsk

disciplineret

moderne

familievenlig

uvenlig

lukket

ligestillet



SMiK-arbejdsark 8: Ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om nationalitet

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Del ordene op i grupper efter hvor godt de passer til Danmark og Tyskland eller begge lande og skriv ordene ned på kortet over Danmark og Tyskland. Forklar, hvorfor du har lavet netop denne opdeling. Brug kortet til at svare på spørgsmålene:

- "Hvad er typisk tysk?"
- "Hvad er typisk dansk?"

stiv

gæstfri

afslappet

imødekommende

intolerant

venlig

antiautoritær

dygtig

udisciplineret

formel

egoistisk

grundig

gammeldags

familiefjendsk

udygtig

upræcise

tolerant

ulig

åben

punktlig

uformel

autoritetstro

overfladisk

fremmedfjendsk

disciplineret

moderne

familievenlig

uvenlig

lukket

ligestillet



SMiK-arbejdsark 9: Tosproget ordforrådsøvelse med tyske og danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om nationalitet

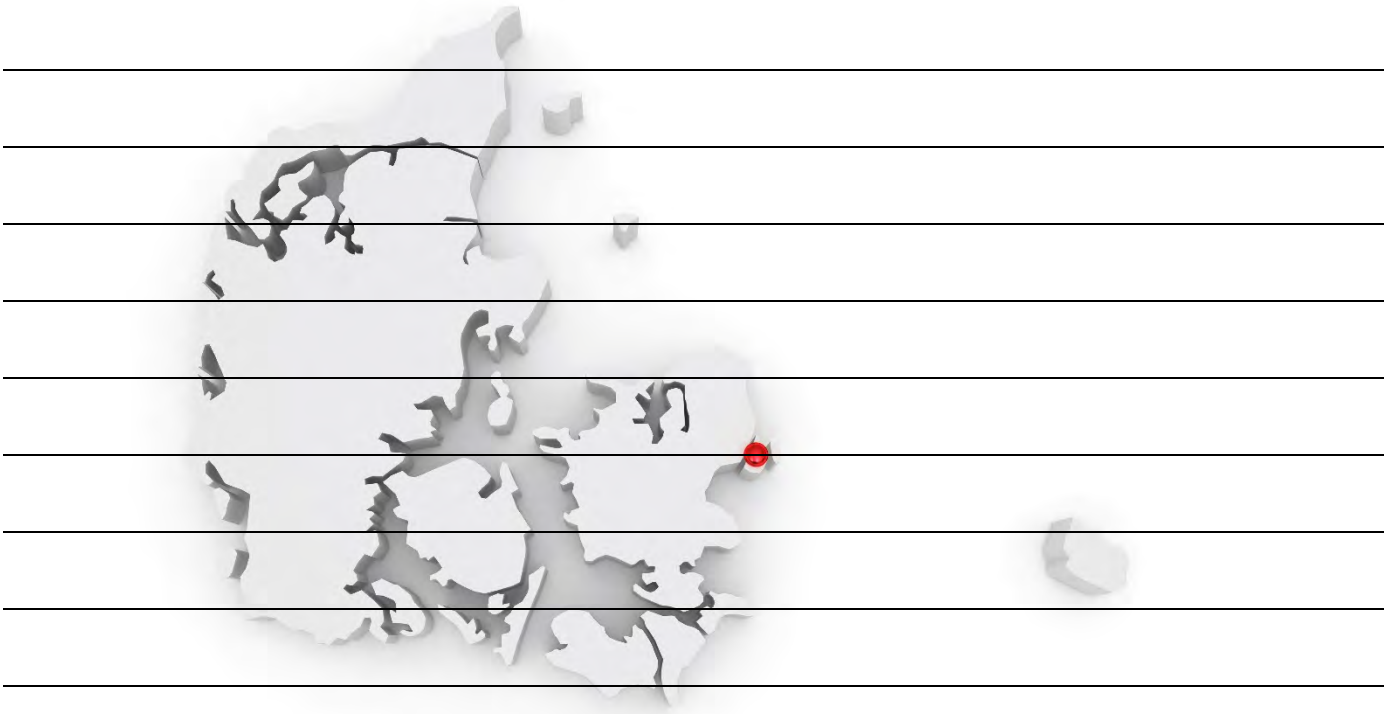
Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske/tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Del ordene op i grupper efter hvor godt de passer til Danmark og Tyskland eller begge lande og skriv ordene ned på kortet over Danmark og Tyskland. Forklar, hvorfor du har lavet netop denne opdeling. Brug kortet til at svare på spørgsmålene:

- "Hvad er typisk tysk?"
- "Hvad er typisk dansk?"

<i>flexibel</i>	<i>pålidelig</i>	<i>unbürokratisch</i>	<i>fremmedfjendsk</i>
<i>egoistisk</i>	<i>zuverlässig</i>	<i>antiautoritär</i>	<i>familiefjendtlig</i>
<i>upålidelig</i>	<i>gæstfri</i>	<i>bürokratisch</i>	<i>åben</i>
<i>angespannt</i>	<i>tolerant</i>	<i>unflexibel</i>	<i>lukket</i>
<i>moderne</i>	<i>autoritär</i>	<i>entspannt</i>	<i>unzuverlässig</i>
<i>streng</i>	<i>uvenlig</i>	<i>familievenlig</i>	<i>afslappet</i>
<i>zuvorkommend</i>	<i>nationalistisch</i>		<i>gammeldags</i>
<i>intolerant</i>	<i>venlig</i>		<i>arrogant</i>



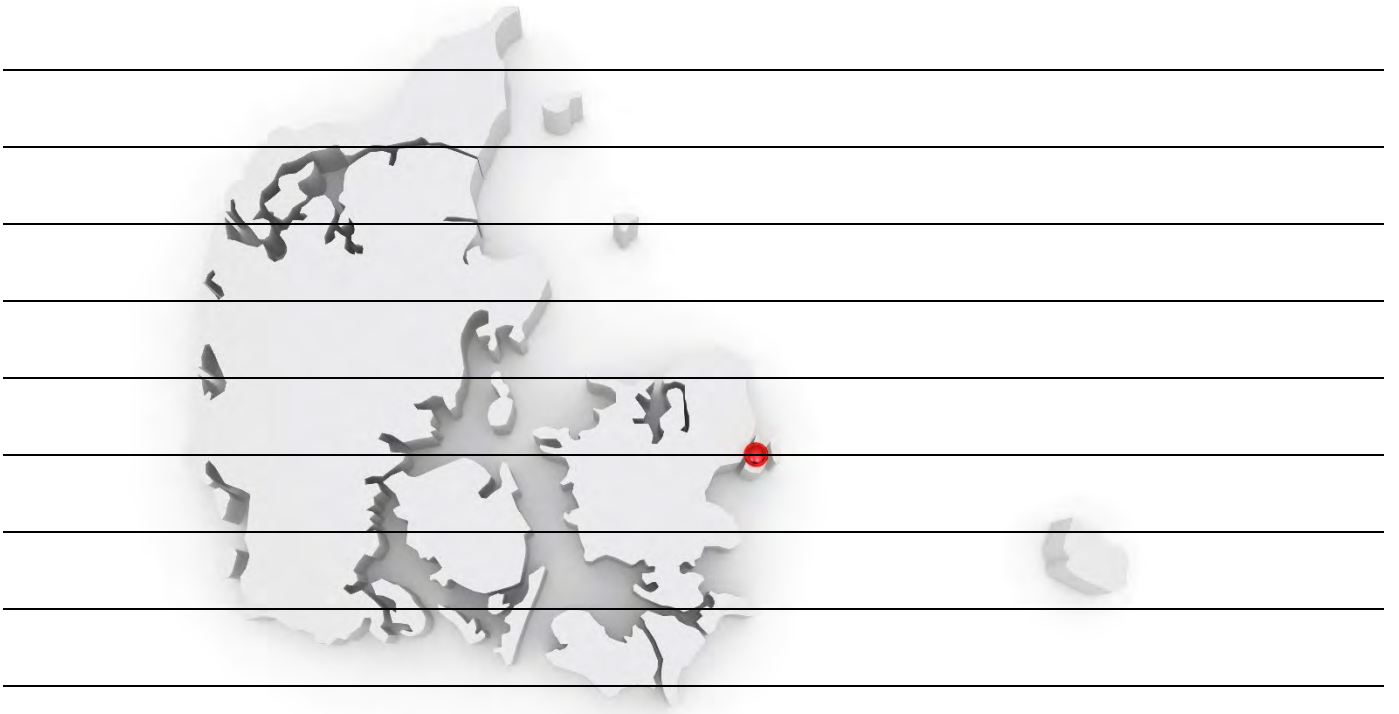
SMiK-arbejdsark 10: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om et land og dets produkter

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Diskutér i jeres gruppe, hvilke af ordene der er særligt egnede til at reklamere for danske og tyske produkter. Brug ordene til at skrive en reklametekst til en hjemmeside for en rejseudbyder der reklamerer for ferie i a) Danmark og b) Tyskland. Diskuter derefter disse spørgsmål: *Hvilke forskelle er der mellem reklamer i Tyskland og Danmark? Hvad er grunden til disse forskelle?*

	<i>gemütlich</i>	<i>informell</i>	<i>ungemütlich</i>	
<i>skandinavisch</i>		<i>teuer</i>	<i>zuverlässig</i>	<i>effektiv</i>
	<i>freundlich</i>	<i>fremdenfeindlich</i>	<i>altmodisch</i>	<i>natürlich</i>
<i>solide</i>		<i>unkompliziert</i>	<i>gastfreundlich</i>	
<i>verschlossen</i>	<i>unfreundlich</i>	<i>modern</i>	<i>unzuverlässig</i>	
<i>formell</i>	<i>kinderfeindlich</i>		<i>stabil</i>	<i>traurig</i>
	<i>ineffektiv</i>	<i>kompliziert</i>	<i>fröhlich</i>	<i>billig</i>
	<i>kinderfreundlich</i>	<i>aufgeschlossen</i>	<i>unstabil</i>	



SMiK-arbejdsøvelse 11: Ordforrådsøvelse med tyske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om landet og dets produkter

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Diskutér i jeres gruppe, hvilke af ordene der er særligt egnede til at reklamere for danske og tyske produkter. Brug ordene til at skrive en reklametekst til en hjemmeside for en rejseudbyder der reklamerer for ferie i a) Danmark og b) Tyskland. Diskuter derefter disse spørgsmål: *Hvilke forskelle er der mellem reklamer i Tyskland og Danmark? Hvad er grunden til disse forskelle?*

overfladisk

præcis

hyggelig

effektiv

upræcis

dyr

sikker

moderne

grundig

upraktisk

upålidelig

skandinavisk

fremmedfjendsk

billig

gæstfri

ordentlig

naturlig

solidt

familievenlig

uordentlig

usikker

venlig

gammeldags

pålidelig

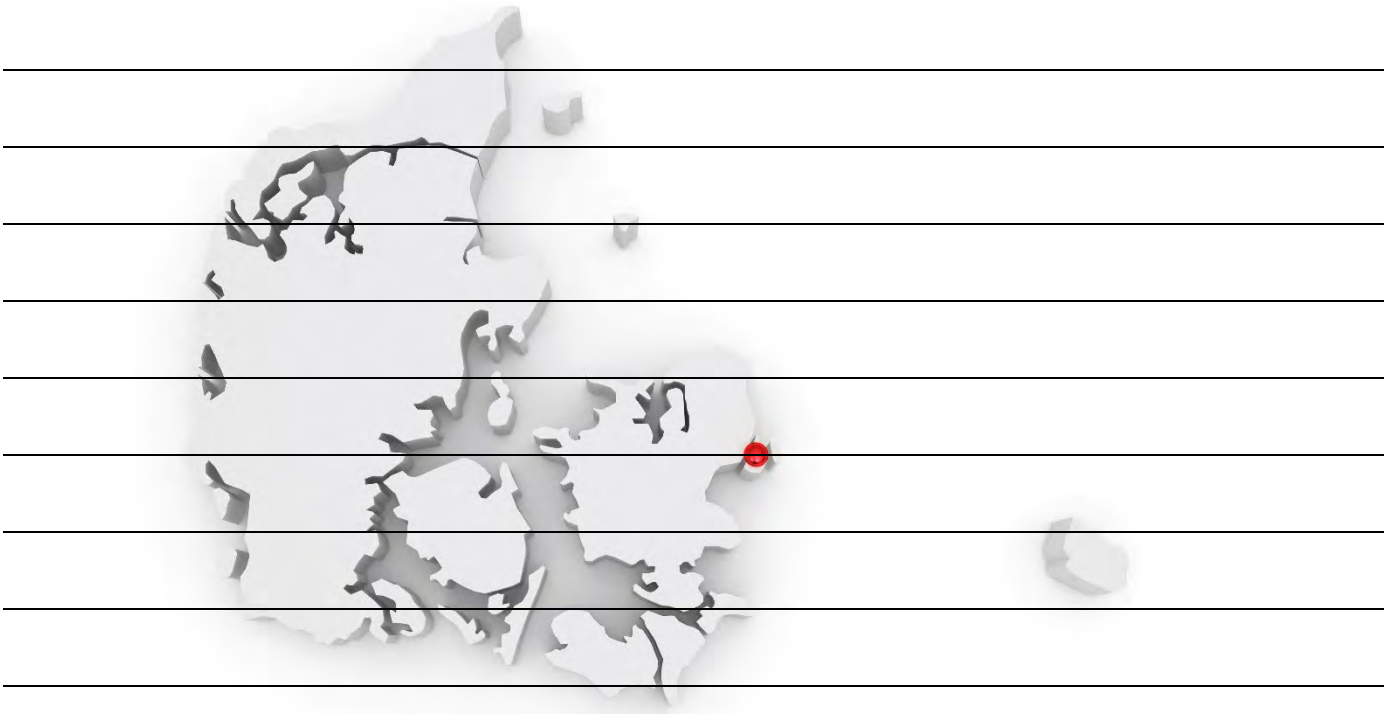
uvenlig

praktisk

ineffektiv

uhyggelig

familiefjendsk



SMiK-arbejdøvelse 12: Tosproget ordforrådsøvelse med danske adjektiver fra SMiK-differentialet. Stereotype forestillinger om landet og dets produkter

Opgave 1: Forklar hinanden i gruppen betydningen af adjektiverne og skriv det tilsvarende danske/tyske ord ned. Slå ord som du ikke kender op i en ordbog.

Opgave 2: På nogle af ordene kan man se, at de danner par. Find antonympar, skriv dem ned og beskriv hvordan du har fundet frem til antonymerne.

Opgave 3: Diskutér i jeres gruppe, hvilke af ordene der er særligt egnede til at reklamere for danske og tyske produkter. Brug ordene til at skrive en reklametekst til hjemmeside for en rejseudbyder for at reklamere for ferie i a) Danmark og b) Tyskland. Diskuter derefter disse spørgsmål: *Hvilke forskelle er der mellem reklamer i Tyskland og Danmark? Hvad er grunden til disse forskelle?*

moderne

familienfeindlich

zuverlässig

locker

pedantisch

traurig

praktisk

hyggelig

teuer

skandinavisk

familievenlig

ustabil

ungemütlich

grundig

stabil

usikker

upræcis

unzuverlässig

overfladisk

unpraktisch

sikker

billig

unkompliziert

glad

kompliziert

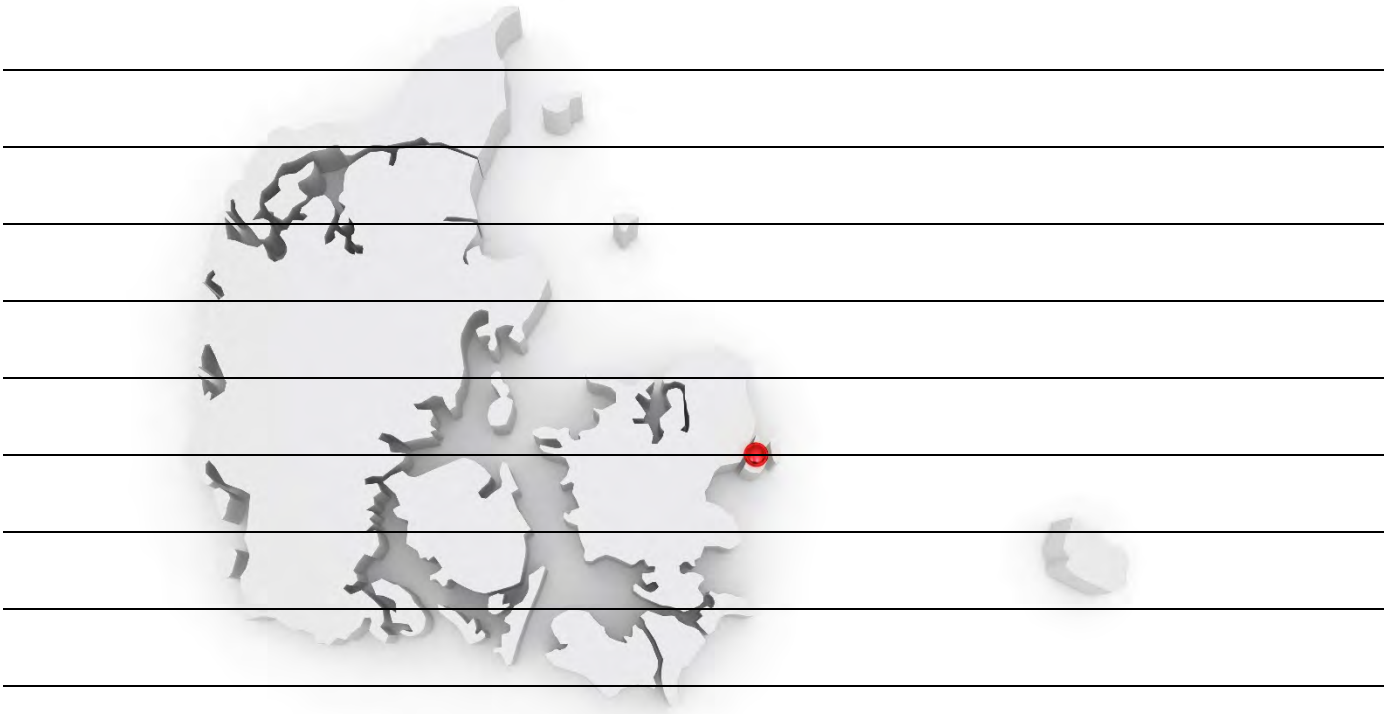
altmodisch

verschlossen

aufgeschlossen

præcis

solide



4 Bevidstgørelse af stereotyper: "Byg din Stereotyp" – variation a

4.1 Øvelse til bevidstgørelse af og refleksion over stereotyper

I denne øvelse arbejdes der med bevidstgørelsen af elevernes **egne** stereotype forestillinger samt en refleksion over nationale stereotyper. Øvelsen kan godt anvendes som en selvstændig enhed, men vi anbefaler en kombination i et undervisningsforløb som indledes med aktiveringsøvelsen (→ kap. 2) og adjektiv-ordforrådsøvelserne (→ kap. 3). Forløbet afsluttes med en præsentation af resultaterne fra SMiK-undersøgelserne som også omfatter en sammenligning og diskussion af elevernes egne resultater (se forslag til kombination af arbejdsarkene til undervisningsforløb i indledningen → kap. 1).

I øvelsen skal eleverne bruge farvestifter og et passende antal store, hvide A2-/A1-papirark. Eleverne udfører øvelsen i grupper af 2–4 personer.

Øvelsen har de følgende arbejdsskridt og målsætninger:

1. Eleverne skriver og tegner deres sprogligt bundne stereotyper ned på et ark papir samtidigt med at diskutere, hvad efter deres mening er "typisk dansk" hhv. "typisk tysk". I øvelsen skal eleverne anvende ord fra de allerede gennemførte øvelser (aktiverings- og adjektivøvelser) samt bruge deres egne ord og vendinger (der må gerne anvendes ordbøger). I samarbejde med de andre elever i gruppen skal følgende spørgsmål besvares (→ **SMiK-arbejdsark 13**):
 - *Hvad anser du for at være "typisk dansk"?*
 - *Hvad anser du for at være „typisk tysk“?*
2. Eleverne skal forberede en 5–10 minutters præsentation og præsentere deres arbejdsresultater i klassen. I deres præsentation skal eleverne forklare hvorfor de har valgt netop disse ord.
3. Til sidst præsenteres SMiK-resultaterne med en efterfølgende diskussion, hvor eleverne foretager en sammenligning af deres arbejdsresultater med resultaterne fra SMiK. I diskussionen tematiseres de sproglige strukturer, der aktiverer stereotype tankemønstre. I kapitel 6 finder du en kort oversigt over SMiK-projektets resultater og **SMiK-arbejdsark 19-24** indeholder øvelser til sammenligning af SMiK-resultaterne med elevernes arbejdsresultater.

Øvelsesvariationer: Under arbejdet med øvelsen kan man med fordel fremhæve forskellige aspekter, herunder fx udseende, karakteregenskaber og typisk adfærd af danskere hhv. tyskere eller typiske tyske hhv. danske fænomener. Eleverne arbejder indledende med et tematisk passende adjektiv-arbejdsark i forhold til, hvilke specifikke aspekter behandles i øvelsen.

For at arbejde målrettet med elevernes associationer til Danmark hhv. Tyskland som lande har vi udviklet et selvstændigt arbejdsark (→ **SMiK-arbejdsark 14**). Øvelsen sættes i gang med spørgsmålet: *Hvilke ord tænker du på i forbindelse med Danmark og Tyskland?*

4.2 Masterkopier til SMiK-arbejdsark "Byg din stereotyp" – Variation a: Hvad er typisk dansk og typisk tysk?

Arbejdsarkene kan anvendes som selvstændige øvelser, men vi anbefaler at bruge arkene som del af et mere omfattende undervisningsforløb om nationale stereotyper. En beskrivelse af forslag til undervisningsforløb finder du i indledningen (undervisningsforløb 1 og 2)

SMiK-arbejdsark 13: Hvad er typisk dansk og typisk tysk (nationalitet)?

SMiK-arbejdsark 14: Hvad er typisk dansk og tysk (land)?

5 Bevidstgørelse af stereotyper: „Byg din stereotyp“ – variation b

5.1 Øvelse til bevidstgørelse af og refleksion over stereotyper i reklamer

Formålet med denne øvelse med stereotyper i reklamer er todelt: Eleverne skal lære at reflektere over egne stereotype forestillinger og billeder og derpå udvikle en kritisk bevidsthed om såvel egne som national-kollektive stereotype forestillinger om Danmark og Tyskland. Øvelsen afsluttes med en sammenligning af elevernes resultater med resultaterne fra SMiK-projektet og en diskussion af brugen af stereotype billeder og forestillinger i reklamer. Dette foregår ved enten a) eleverne finder selv eksempler på brug af stereotyper i reklamer, eller b) underviseren præsenterer konkrete eksempler på, hvordan man anvender stereotyper i reklamer, fx i reklamer fra Commerzbank (kan findes med internet-billedsøgning via søgeordene *german style commerzbank*) eller Jyske Bank Schweiz (beskrivelse her: www.werbewoche.ch/tangram-kampagne-fuer-jyske-bank-entwickelt, en internet-billedsøgningen med søgeordene *jyske bank werbung* giver flere eksempler).

Øvelsen kan anvendes selvstændigt, men vi anbefaler en kombination med øvelserne i kapitel 2 og 3 (aktiveringsøvelse, adjektivøvelser med SMiK-differentialet) for at sikre at eleverne har et tilstrækkeligt ordforråd til at arbejde med auto- og heterostereotyper.

Eleverne inddeles i grupper á 4 personer. Hver gruppe får udleveret et stort ark hvidt papir (A2- eller A1-format), som de skal tegne og skrive på. Grupperne forbereder en skitse af deres kampagner på de store papirark, som de efterfølgende skal præsentere for klassen. Præsentationen kan holdes enten som et kort foredrag (mindst 5-10 minutter) eller som plakatudstilling. Alt efter, om man ønsker at arbejde med billeder af og stereotype forestillinger om egen (autostereotyper) eller om den anden (heterostereotyper) nationalitet, vælges en af de følgende opgaver. Alternativt kan den ene halvdel af eleverne arbejde med den første og den anden halvdel med den anden opgave:

- **Autostereotyper:** eleverne skal arbejde med stereotyper i markedsføring af produkter fra deres eget land i det andet land. En første overvejelse bør gå ud på, hvilke produkter er egnede til eksport. Dernæst skal de diskutere, hvilke stereotype egenskaber de selv forbinder med disse produkter. Efterfølgende skal de overveje, hvilke stereotyper det ville give mening at bruge ved markedsføring af produkter fra eget land i det andet land.
- **Heterostereotyper:** eleverne skal arbejde med stereotyper i markedsføring af produkter fra det andet land i deres eget land. Eleverne skal i denne forbindelse først overveje, hvilke stereotype egenskaber de selv forbinder med produkter fra det andet land, for efterfølgende at overveje, hvilke stereotyper eleverne anser for at give mening at bruge ved markedsføring i deres eget land.

5.2 Masterkopier til SMiK-arbejdsark til „Byg din stereotyp“ – variation b: stereotyper i reklamer

Arbejdsarkene kan anvendes som selvstændige øvelser, men vi anbefaler at implementere øvelserne i et udførligt undervisningsforløb om nationale stereotyper som vi har beskrevet det i indledningen (øvelsesforløb 3).

Øvelsesvariationer

SMiK-arbejdsark 15: Tyske stereotype forestillinger (heterostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer (for tyske elever)

- I øvelsen arbejder eleverne med deres stereotype forestillinger om egen nationalitet i forbindelse med markedsføring af og reklamer for tyske produkter i Danmark. For at tydeliggøre forskellen på auto- og heterostereotyper bør øvelsen afsluttes med en kritisk diskussion af, hvordan en reklame for samme produkter ville se ud i Tyskland.

SMiK-arbejdsark 16: Danske stereotype forestillinger (autostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer (for danske elever)

- I øvelsen arbejder eleverne med deres stereotype forestillinger om den anden nationalitet i forbindelse med markedsføring af og reklamer for danske produkter i Tyskland. For at tydeliggøre forskellen på auto- og heterostereotyper bør øvelsen afsluttes med en kritisk diskussion af, hvordan en reklame for lignende tyske produkter ville se ud i Tyskland.

SMiK-arbejdsark 17: Danske stereotype forestillinger (autostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer (for danske elever)

- I øvelsen arbejder eleverne med deres stereotype forestillinger om egen nationalitet i forbindelse med markedsføring af og reklamer for danske produkter i Tyskland. For at tydeliggøre forskellen på auto- og heterostereotyper bør øvelsen afsluttes med en kritisk diskussion af, hvordan en reklame for samme produkter ville se ud i Danmark.

SMiK-arbejdsark 18: Danske stereotype forestillinger (heterostereotyper) om det typisk tyske, Tyskland og tyskere i reklamer (for danske elever)

- I øvelsen arbejder eleverne med deres stereotype forestillinger om en anden nationalitet i forbindelse med markedsføring af og reklamer for tyske produkter i Danmark. For at tydeliggøre forskellen på auto- og heterostereotyper bør øvelsen afsluttes med en kritisk diskussion af, hvordan en reklame for lignende danske produkter ville se ud i Danmark.

SMiK-arbejdsark 15: Tyske stereotype forestillinger (heterostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer

Du har et reklamebureau i Tyskland og et stort tysk firma beder dig om, at udarbejde en reklamekampagne for et tysk produkt, der skal sælges i Danmark. Hvilke typisk tyske egenskaber vil du anvende i sådan en kampagne, for at reklamere for et tysk produkt i Danmark?

Opgave: Skriv 5-10 egenskaber ned:

Opgave: Sammenlign de egenskaber, du har valgt, med de egenskaber som de andre elever i din gruppe har noteret: Hvilke ligheder og forskelle er der?

Opgave: Brug de egenskaber som I har skrevet ned i gruppen til at udvikle en reklamekampagne. Arbejd gerne med et eksisterende tysk produkt. Brug tegninger og andre illustrationsmuligheder i jeres reklamekampagne. Formulér en begrundelse til jeres ordregiver og forklar jeres valg af egenskaber.

SMiK-arbejdsark 16: Danske stereotype forestillinger (autostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer

Du har et reklamebureau i Tyskland og et stort dansk firma beder dig om, at udarbejde en reklamekampagne for et dansk produkt, der skal sælges i Tyskland. Hvilke typisk danske egenskaber vil du anvende i sådan en kampagne, for at reklamere for et dansk produkt i Tyskland?

Opgave: Skriv 5-10 egenskaber ned:

Opgave: Sammenlign de egenskaber, du har valgt, med de egenskaber som de andre elever i din gruppe har noteret: Hvilke ligheder og forskelle er der?

Opgave: Brug de egenskaber som I har skrevet ned i gruppen til at udvikle en reklamekampagne. Arbejd gerne med et eksisterende dansk produkt. Brug tegninger og andre illustrationsmuligheder i jeres reklamekampagne. Formuler en begrundelse til jeres ordregiver og forklar jeres valg af egenskaber.

SMiK-arbejdsark 17: Danske stereotype forestillinger (autostereotyper) om det typisk danske, Danmark og danskere i reklamer

Du har et reklamebureau i Danmark og et stort dansk firma beder dig om, at gennemføre en reklamekampagne for et tysk produkt, der skal sælges i Tyskland. Hvilke typisk tyske egenskaber vil du anvende i sådan en kampagne, for at reklamere for et tysk produkt i Tyskland?

Opgave: Skriv 5-10 egenskaber ned:

Opgave: Sammenlign de egenskaber, du har valgt, med de egenskaber som de andre elever i din gruppe har noteret: Hvilke ligheder og forskelle er der?

Opgave: Brug de egenskaber som I har skrevet ned i gruppen til at udvikle en reklamekampagne. Arbejd gerne med et eksisterende dansk produkt. Brug tegninger og andre illustrationsmuligheder i jeres reklamekampagne. Formulér en begrundelse til jeres ordregiver og forklar jeres valg af egenskaber.

SMiK-arbejdsark 18: Danske stereotype forestillinger (heterostereotyper) om det typisk tyske, Tyskland og tyskere i reklamer

Du har et reklamebureau i Danmark og et stort tysk firma beder dig om, at gennemføre en reklamekampagne for et tysk produkt, der skal sælges i Danmark. Hvilke typisk tyske egenskaber vil du anvende i sådan en kampagne, for at reklamere for et tysk produkt i Danmark?

Opgave: Skriv 5-10 egenskaber ned:

Opgave: Sammenlign de egenskaber, du har valgt, med de egenskaber som de andre elever i din gruppe har noteret: Hvilke ligheder og forskelle er der?

Opgave: Brug de egenskaber som I har skrevet ned i gruppen til at udvikle en reklamekampagne. Arbejd gerne med et eksisterende tysk produkt. Brug tegninger og andre illustrationsmuligheder i jeres reklamekampagne. Formulér en begrundelse til jeres ordregiver og forklar jeres valg af egenskaber.

6 Refleksion over stereotyper: afsluttende sammenligning med resultaterne fra SMiK-undersøgelsen "typisk dansk – typisk tysk"

6.1 Afsluttende øvelser med refleksion over stereotyper og en sammenligning med resultaterne fra SMiK

Arbejdet med nationale stereotyper i undervisningen bør afsluttes med en udførlig forklaring af stereotypers funktioner som blandt andet har til formål at sikre elevernes forståelse af at stereotyper manifesteres i sproget. Elever som allerede har avancerede sprogkundskaber i det pågældende fremmedsprog bør yderligere præsenteres for den videnskabelige tilgang til SMiK-projektets forskningsresultater og teoretisk-metodiske tilgange.

En oplagt indføring i teoretiske og metodiske tilgange til forskningen i stereotyper består i en præsentation af SMiK-projektets spørgeskemaundersøgelse om "typisk tysk – typisk dansk". I et kort oplæg præsenteres de danske og tyske svar fra undersøgelsen. Efterfølgende skal eleverne diskutere og sammenligne deres arbejdsresultater med svarene fra SMiK-projektet. Her vælges det af **SMiK-arbejdsark 19-24**, som indholdsmæssigt bedst passer til temaet i det gennemførte undervisningsforløb (se forslag til undervisningsforløb i indledningen). Resultaterne fra diskussionen og elevernes produkter bør sammenfattes i et afsluttende oplæg hvor de tematiseres i en sammenligning med SMiK-resultaterne.

Vi har valgt ikke at stille et færdigt oplæg til rådighed fordi elevernes sproglig-kulturelle forudsætninger har en stor indflydelse på måden at præsentere SMiK-projektets resultater. De følgende informationer danner et grundlag for at udarbejde et oplæg som er målrettet til de pågældende elever. Til hvert arbejdsark hører en beskrivelse af indholdet i de visualiserede SMiK-data fra spørgeskemaundersøgelserne. Visualiseringen kan med fordel bruges som illustration i oplægget.

Oplægget skal tematisere følgende tre aspekter:

- 1) **Bevidstgørelse af** stereotyper som fænomen
- 2) **Refleksion** over stereotyper, deres funktion og deres virkning
- 3) **Kritisk undersøgelse** af stereotypers eksistens og anvendelse

Oplægget skal stille spørgsmålene *Hvad er stereotyper?* og *Hvilke funktioner opfylder stereotyper?* Dette besvares med SMiK-projektets stereotypedefinition:

Stereotyper er sproglige og kulturelle mønstre for vores måde at tænke og handle på: de bidrager til vores orientering ved perception og kategorisering af verden.

I form af sådanne mønstre er stereotype generaliserende modeller, altså en slags billeder i vores hoveder (Walter Lippmann: "pictures in our heads"). Nationale stereotyper samler det – bevidste og ubevidste – som vides, føles og forventes i forbindelse med andre nationer. Om vi

anser det vi ved, føler og forventer som værende positivt eller negativt, er afhængigt af individuelle erfaringer, forkærlighed og holdninger. SMiK-projektets resultater viser, at stereotyper som *orden* og *afslappethed*, artefakter som *pølser* eller *øl*, men også *sprog* anses for at være både noget negativt og noget positivt.

Bevidstgørelsen af stereotyper og kompetencen til at reflektere over stereotype mønstre danner grundlaget for at eleverne kan omgås stereotyper på en selvstændig og ansvarsfuld måde. Det gælder især for de stereotyper, som allerede eksisterer som ubevidste for-forståelser i vores hoveder. Det gælder både de egne, individuelle stereotype forestillinger, men også de stereotyper, der eksisterer kollektivt i en kultur. Konceptet "funktionel adækvathed" (→ kap. 7) fungerer som et forankringspunkt for den ansvarsfulde omgang med stereotyper, hvor sensibilisering og refleksion udgør det første skridt.

Som resultat fastholder vi at stereotyper ikke opfattes som sandheder, altså som enten "rigtige" eller "forkerte". Stereotyper er vores sproglig-kulturelt konstruerede syn på verden ('Weltansichten'). Sådanne Weltansichten er sprogligt manifesteret viden, som består af de associationer og betydninger, som vi forbinder med andre nationer på grundlaget af historisk praksis. Også en bevidstgørelse af disse sproglige konstruktioner tilstræbes. Velegnet er fx en operationalisering ved at arbejde med følgende spørgsmål *Hvordan realiseres stereotyper?* og *Hvorfor bruger vi stereotyper?*

SMiK-materialernes væsentlige målsætning er, at eleverne skal

"...gøres bevidste om at sproglig manifesterede nationale stereotyper består af historisk og kulturelt udsprungne syn på verden ('Weltansichten'). Disse 'Weltansichten' er indgroede i sproglige konstruktioner som eleverne ubevidst har overtaget i sprogtilgængelsen. Når eleverne fremadrettet anvender disse sproglige konstruktioner, vil de være bevidste om at de ikke længere ubevidst gengiver men snarere bevidst reproducerer de dermed forbundne 'Weltansichten' og dermed er ansvarlige for konsekvenserne heraf. Denne sprogidaktiske modellering er oplysning i positiv forstand: Dens formål er selvbestemtes ageren og befrielse af sprogbrugeren fra den sproglige umyndighed." (Kilian 2015: 172⁴ - Oversættelse Erla Hallsteinsdóttir)

⁴ Kilian, Jörg. 2015. Von blonden Däninnen aus deutscher Sicht. Nationale Stereotype und didaktische Sprachkritik – ein Zwischenbericht aus einem laufenden Forschungsprojekt. I: Peschel, Corinna / Runschke, Kerstin (udg.). **Sprachvariation und Sprachreflexion in interkulturellen Kontexten**. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang, 155-182.

Originaltekst:

"...bewusst zu machen, dass es sich bei sprachlich gebundenen nationalen Stereotypen um historisch und kulturell gewachsene 'Weltansichten' handelt, die in sprachlichen Konstruktionen geronnen sind, die sie selbst im Spracherwerb unbewusst angenommen haben. Wenn sie diese sprachlichen Konstruktionen fortan gebrauchen, müssen sie wissen, dass sie die mit ihnen verknüpften Weltansichten nun nicht mehr

Ved brug af SMiK-undervisningsmaterialet skal eleverne registrere, evaluere og vurdere forekomster og funktioner af nationale stereotyper som "billeder i vores hoveder" og som sprogligt konstruerede syn på verden ('Weltansichten'). Via dette arbejde opbygger eleverne de første forudsætninger for at udvikle sig til myndige sprogbrugere med ansvar for egen sproglig ageren. I denne proces kan og skal stereotyper ikke elimineres. Eleverne skal derimod udvikle en bevidsthed for, at der findes nationale stereotyper og at de selv – bevidst og ubevidst – har stereotype forestillinger, som de kan reflektere over og stille spørgsmålstejn ved.

Ud over at beskæftige sig med SMiK-projektets resultater i forhold til de egne stereotype forestillinger, anbefaler vi at viderekomne elever også diskuterer SMiK-projektets dataindsamlingsproces og -metoder. Med spørgsmål som de følgende kan en uddybende diskussion indledes: *Hvordan kan stereotyper undersøges videnskabeligt? Hvordan blev dataene samlet og analyseret i SMiK-projektet? Hvad fortæller dataene fra SMiK-projektet os om dansk-tyske nationale stereotyper?*

Den reflekterende, ansvarsfulde omgang med sprogligt manifesterede stereotyper er et væsentlig aspekt i en interkulturel kompetence. Sprog er nøglen til en forståelse af de andre. I denne sammenhæng er der især tale om de sproglig-kulturelle kundskaber, som eleverne skal have, for at kunne kommunikere funktionelt adækvat. Når vi taler om "danskere" og "tyskere", er det en kollektiv generalisering.

Interkulturel kommunikation i praksis foregår derimod altid mellem individer og den er forankret i konkrete situationer. Konkrete situationer udfolder sig i henhold til givne sproglig-kulturelle mønstre. Den måde vi agerer på i konkrete situationer, er præget af kulturspecifikke forventninger, holdninger, normer og stereotyper. Kendskab til disse sproglig-kulturelle mønstre er en vigtig forudsætning for, at man i den interkulturelle kommunikation kan agere funktionelt adækvat i den givne situation, dvs. at man kan tilsidesætte sin egen kulturbrille og acceptere de andres forudsætninger. Her spiller det nationalt prægede selv- og fremmedbillede en stor rolle. Øvelserne på **SMiK-arbejdsark 25 og 26** har til formål at sensibilisere eleverne for forskelle og ligheder i egen og andres opfattelse af dem selv.

unbewusst nachahmen, sondern bewusst reproduzieren – und die Folgen zu verantworten haben. Eine solche sprachdidaktischen Modellierung ist Aufklärung im besten Sinne: Ihr Ziel ist der Ausgang des Sprechers aus der sprachlichen Unmündigkeit.“ (Kilian 2015: 172)

6.2 Masterkopier af SMiK-arbejdsark med SMiK-resultaterne

SMiK-arbejdsark 19-24 indeholder øvelser til brug i den afsluttende sammenligning mellem elevernes egne resultater med SMiK-resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen ”typisk tysk – typisk dansk”. I indledningen til arbejdsarkene finder du en beskrivelse af indholdet i de visualiserede SMiK-data. Denne beskrivelse udgør et grundlag for udarbejdelsen af et oplæg til præsentation af SMiK-projektets resultater.

Med kulturbriller-øvelserne på **SMiK-arbejdsark 25-26** skal eleverne opnå en forståelse for hvordan egne forventninger og normer har indflydelse på deres selv- og fremmedbillede.

Variationer:

SMiK-arbejdsark 19: SMiK-resultater om Danmark og Tyskland

SMiK-arbejdsark 20: SMiK-resultater om de danske og de tyske mænd

SMiK-arbejdsark 21: SMiK-resultater om de danske og tyske kvinder

SMiK-arbejdsark 22: SMiK-resultater om typisk dansk og typisk tysk – mere positivt

SMiK-arbejdsark 23: SMiK-resultaterne om typisk dansk og typisk tysk – mere negativt

SMiK-arbejdsark 24: SMiK-resultaterne om stereotyper for reklamer

SMiK-arbejdsark 25: SMiK-kulturbriller – refleksion over stereotyper (tyske elever)

SMiK-arbejdsark 26: SMiK-kulturbriller – refleksion over stereotyper (danske elever)

Resumé af de visualiserede SMiK-resultater på arbejdsark 19-24

SMiK-arbejdsark 19-24 indeholder øvelser til sammenligningen af elevernes egne resultater med resultaterne fra SMiK-projektet. På arkene er svarene fra SMiK-projektets spørgeskemaundersøgelse ”typisk tysk – typisk dansk” visualiseret i form af Wordles. I disse Wordles – også kaldet ordskyer – fremstår svarene i en skriftstørrelse, der er afhængig af de enkelte svares hyppighed i den samlede svarpulje. Blev et af svarene nævnt særligt ofte, fremstår det i særligt stor skrift, blev det nævnt mere sjældent, fremstår det i en tilsvarende mindre skrift. De følgende beskrivelser indeholder en kort sammenfatning af de tyske og danske svar fra spørgeskemaundersøgelsen ”typisk tysk – typisk dansk”. Ordenes rækkefølge følger antallet af forekomster i svarene. For at undgå generaliseringer har vi valgt ikke at angive hverken den procentuelle eller absolutte fordeling af svarenes hyppighed. Ord fra samme ordfamilie er sammenfattet i form af et adjektiv.

SMiK-arbejdsark 19: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende Tyskland og Danmark

Tyske svar om Danmark:

De tyske SMiK-deltagere forbinder følgende ord med Danmark: *København, hotdog og pølser, Dannebrog, strand, hav, sommerhus, klitter, natur, ferie, Vesterhavet og ro*. Andre hyppigt nævnte ord er: *venlig, afslappet, behagelig/hygge og design*. Herved tegnes et positivt billede af Danmark, som især fremstår som et land der forbindes med ferie.

Danske svar om Tyskland:

De danske SMiK-deltageres hyppigste associationer til Tyskland er *pølser* i alle variationer og *øl*. Dernæst følger historisk prægede begreber med *Hitler, Anden Verdenskrig og nazisme*. Yderligere nævnes *Berlin og Berlineremuren, ordentlig* (også som *Ordnung muss sein*), *biler og motorvej, lave priser, billige (produkter) og grænsehandel, fodbold og Bundesliga, kultur og (Angela) Merkel*.

De historiske begreber forekommer næsten udelukkende i svarene på dette spørgsmål. Ud fra denne svarfordeling kan konkluderes, at de historiske hændelser omkring Anden Verdenskrig ikke har nogen indflydelse på de aktuelle stereotype forestillinger om menneskerne og det typisk tyske (*Hitler, nazisme og Anden Verdenskrig* nævnes i alt kun ni gange i svarene til "typisk tysk – mere negativt"). De historisk motiverede begreber ser ud til at være baseret på faktisk viden. I denne forbindelse skal det fremhæves, at denne viden stadig har et stort potentiale for stereotype forestillinger, som givetvis igen vil kunne udfolde sig til et aktivt stereotyp.

Sprog og kultur bliver ligeledes tematiseret. På den ene side bliver det tyske sprog betegnet som et *grimt og svært sprog* og på den anden side bliver tyskernes oplevede *manglende fremmedsprogsfærdigheder* nævnt.

SMiK-arbejdsark 20: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende tyske og danske mænd

Tyske svar om danske mænd:

I de tyske deltageres svar til spørgsmålet om hvad kendetegner en typisk dansk mand, dominerer karakteregenskaberne *venlig* og *afslappet* ligesom hårfarven *blond*. Blandt de hyppigste svar findes yderligere karakteregenskaber som *afslappet*, *hyggelig*, *hjælpsom*, *åben*, *udadvendt*, *imødekommende*, *tilbageholdende*, *humoristisk*, *selvbevidst* og *kan drikke meget (alkohol)*.

Endvidere nævnes udseende, som fx *høj/stor*, *slank*, *sporty*, *modebevidst*, *kraftig* og *blå øjne*. Resultatet viser en vis lighed til de tyske deltageres forestilling om danske kvinder. Samlet set har de tyske deltageres et positivt billede af både danske kvinder og mænd.

Danske svar om tyske mænd:

De fleste begreber i de danske SMiK-svar vedrører udseende og relaterer til fx kropsbygning, hår og påklædning. Det hyppigst nævnte fænomen er *skæg* i form af *overskæg*, *skæg*, *skægstubbe* og *fuldskæg*. Andre aspekter af den fysiske fremtoning vedrører kropsbygningen, fx *ølmave*, *tyk*, *tykmavet*, *overvægt*, *rund*, *kraftig*, *fed* og håret, fx *grimt*, *langt*, *bundesligahår*. Påklædning og påklædningsstil tematiseres også, hvor stilen på den ene side er mere *gammeldags* og *trist* ligesom *dårlig* og på den anden side opfattes tyskeren i en *habit* værende *korrekt* og *velklædt*. Andre begreber i forbindelse med udseende eller karakteregenskaber er fx *grim*, *høflig*, *ordentlig*, *venlig*, *kedelig* og *imødekommende*.

Øl og *pølser* forekommer ligeledes i svarene: til dels som del af egenskaber som fx *øldrikkende*, *ølelskende*, *ølglad* og *pølsespisende*.

Som det sidste fænomen, dog med en relativ lav hyppighed nævnes *fodbold*, som også er en del af adjektiver som fx *fodboldglad* og *fodboldfikseret*.

SMiK-Arbejdsark 21: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende tyske og danske kvinder

Tyske svar om danske kvinder:

Ifølge SMiK-projektets undersøgelser har de tyske deltagere et relativt ensartet og positivt billede af den danske kvinde. På den ene side beskrives deres udseende (*blond, blondt hår, modebevidst, skøn*) og på den anden side beskrives deres karakteregenskaber (*venlig, selvsikker, åben*). Resultatet viser en vis lighed med de tyske deltageres forestillinger om en typisk dansk mand: alt i alt har de tyske deltagere et gennemgående positivt billede af danskerne.

Danske svar om tyske kvinder:

De danske SMiK-svar om tyske kvinder tegner et lignende billede som det af de tyske mænd. De fleste svar vedrører også her udseendet, dvs. tøjstil, hår og kropsbygning. Der er både negative som positive udsagn over de tyske kvinders udseende og derfor giver svarene ikke et entydigt eller veldefineret billede af den tyske kvinde i danskernes øjne.

På den ene side siger danskerne om de tyske kvinder, at de *velklædte* i *praktisk tøj* ligesom de har en mere *farverig* påklædningsstil. På den anden side er deres tøjstil mere *gammeldags*, i nogle tilfælde anses de endda for at have en *dårlig* stil og deres tøj er *grimt*. Andre svar omfatter hårets udseende, hvor det ligeledes er umuligt at finde et entydigt billede. Den tyske kvinde har *kort, langt, krøllet* eller *farvet* hår og hårfarven er *blond, mørk, rød, brun* eller *levepostejfarvet*. Nogle få svar er åbenlyst negative, fx *grimt, underligt* og *uplejet* hår. Andre negative svar vedrører den tyske kvindes oplevede manglende skønhed, fx *grimt* og ikke *skøn/pæn*. Den tyske kvindes kropsbygning bliver beskrevet med udtryk som fx *tyk, kraftig, overvægtig* og *fed*.

Disse negative svar bliver dog relativiseret med modsigende begreber som *skøn/flot, slank* og *høj*. Den tyske kvinde er *høj/stor*, har *store bryster* og en *stor næse*. Hun har *briller* og i enkelte tilfælde *overskæg*.

Den tyske kvinde er *hjemmegående* og *husmor*. Hun går hjemme sammen med børnene og arbejder på halv tid. Hun er *moragtig* og *huslig*. Endvidere beskrives den typiske tyske kvinde med ord som *kedelig, venlig, høflig* og *ordentlig* og hun anses for at være *imødekommende* og *tilbageholdende*.

SMiK-arbejdsark 22: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende typisk dansk og typisk tysk – mere positivt

Tyske svar om typisk dansk – positivt:

Som det mere positive, typisk danske nævner de tyske deltagere *venlig, afslappet, hyggelig, åben, rolig, hjælpsom, gæstfri, børnevenlig, glad, selskabelig, afspændt, familiær, tolerant, udadvendt, modebevidst, hygge, ro og natur.*

Danske svar om typisk tysk – positivt:

Som typisk tysk og mere positivt nævnes de *lave tyske priser, venlige, høflige, ordentlige, grundige og imødekommende mennesker, øl og pølser.* Andre begreber omfatter *billigt, store, flotte, gode, pæne, dyre, cool biler og god, billig mad.*

SMiK-arbejdsark 23: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende typisk dansk og typisk tysk – mere negativt

Tyske svar på hvad de oplever som typisk dansk – negativt:

I de tyske svar overvejer begreber som *fremmedfjendtlig, nationalistisk, dyrt, lukket(hed), drikker alkohol og afslappet.* Yderligere nævnes der *tilbageholdende, overholder ikke tidspunkter (upræcise), overfladisk, tyskerfjendtlig, uvenlig, hundelov, dårlige bilister og svært sprog.*

Danske svar på hvad de oplever som typisk tysk – negativt:

De danske svar har ingen entydig tendens. Ordene i svarene fordeler sig på en række fænomener. Temaet der oftest bliver nævnt er *sproget.* På den ene side opfattes tysk som et *grimt, hårdt sprog* og på den anden side nævnes tyskernes *manglende sprogkundskaber.* Dernæst følger *øl og pølser* ligesom andre ord om mad, spisevaner og tyskernes påklædning. *Kedelig* nævnes som en af tyskernes egenskaber og (for mange) *regler* og (for meget) *orden* tematiseres ligeledes. Til sammenligning med den hyppige forekomst af *høflig* i svarene til "typisk tysk – mere positivt", forekommer *uhøflig* 2 gange i de danske svar til dette spørgsmål.

SMiK-arbejdsark 24: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende stereotyper i reklamer

Tyske svar om typisk danske egenskaber – i reklamer:

Det hyppigst nævnte begreb er *design*, efterfulgt af *hyggelig*, *venlig selskabelig*, *behagelig*, *rolig*, *afslappet*, *afspændt*, *åben*, *naturforbundet*, *naturlig*, *pålidelig*, *frisk*, *glad*, *nordisk* og *blond*. Ofte nævnes også *kvalitet*, *natur*, *strand*, *landskab*, *innovation*, *humor* og *flag(et)*.

Danske svar om typisk tyske egenskaber – i reklamer:

I de danske SMiK-svar dominerer begrebet *kvalitet*. Derefter følger *grundig*, *prisbillig*, *ordentlig* og frasen *ordnung muss sein* samt ordene *sikker*, *holdbar*, *pris* og *solid*.

SMiK-arbejdsark 25: SMiK-kulturbriller – Refleksion over stereotyper (tyske elever)

SMiK-arbejdsark 26: SMiK-kulturbriller – Refleksion over stereotyper (danske elever)

SMiK-Arbejdsark 25-26 arbejder med at opøve et perspektivskifte og fremme forståelsen af at der findes andre normer og forestillinger end de egne. I de ovenstående øvelser til nationale stereotyper blev det tydeligt, at selvbilledet, altså den egne opfattelse af sig selv og de med den egne nationalitet forbundne stereotyper ikke nødvendigvis stemmer overens med de stereotype opfattelser, som andre har af ens nation. Med **SMiK-arbejdsark 25-26** bliver undervisningsforløbet om nationale stereotyper afsluttet med en sammenligning mellem resultater fra SMiK-projektet og elevernes eget selvbillede. Arbejdsarkene skal bevidstgøre eleverne om eksistensen og påvirkningen af kulturbestemte forventninger og normer. Der arbejdes med spørgsmål som: *Hvad er normalt "for os"?* Og *Hvordan bliver vi opfattet af "de andre"?* Arbejdsarkenes formål er at motivere eleverne til at tage deres egne kulturbriller af og acceptere andre perspektiver, dvs. få en forståelse for at der findes verdenssyn igennem andre "kulturbriller".

SMiK-arbejdsark 20: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende de tyske og de danske mænd

Dette arbejdsark indeholder en visualisering af de danske og de tyske svar til følgende spørgsmål fra SMiK-spørgeskemaundersøgelsen om "typisk tysk – typisk dansk":

- 1) *Hvad kendetegner en typisk mandlig tysker?*
- 2) *Hvad kendetegner en typisk mandlig dansker?*

Jo hyppigere et ord forekommer i undersøgelsen, jo større fremstår det i visualiseringen.

Opgave: Sammenlign ordene i visualiseringen med svarene i din gruppe og beskriv, hvilke ligheder og forskelle der er. Vær opmærksom på, at der hverken findes "rigtige" eller "forkerte" stereotyper.



SMiK-arbejdsark 24: Resultater fra SMiK-undersøgelsen omhandlende stereotyper i reklamer

Dette arbejdsark indeholder en visualisering af de danske og de tyske svar til følgende spørgsmål fra SMiK-spørgeskemaundersøgelsen om "typisk tysk – typisk dansk":

- 1) *Et stort tysk firma beder dig om at lave en reklamekampagne i Danmark. Hvilke typiske tyske egenskaber ville du bruge i sådan en kampagne for at sælge et tysk produkt i Danmark? Du må gerne besvare spørgsmålet med at angive et konkret produkt.*
- 2) *Et stort tysk firma beder dig om at lave en reklamekampagne i Tyskland. Hvilke typiske danske egenskaber ville du bruge i sådan en kampagne for at sælge et dansk produkt i Tyskland? Du må gerne besvare spørgsmålet med at angive et konkret produkt.*

Jo hyppigere et ord forekommer i undersøgelsen, jo større fremstår det i visualiseringen.

Opgave: Sammenlign ordene i visualiseringen med svarene i din gruppe og beskriv, hvilke ligheder og forskelle der er. Vær opmærksom på, at der hverken findes "rigtige" eller "forkerte" stereotyper.



7 Sproglig-kulturelle handlemønstre

7.1 Sproglig-kulturelle handlemønstre og funktionel adækvathed i den dansk - tyske kommunikation

I øvelserne på **SMiK-arbejdsark 27-30** er temaet at handle funktionelt adækvat i forhold til sproglig-kulturelle handlemønstre i på forhånd givne situationer. Begrebet adækvathed har sin oprindelse i det teoretiske grundlag i sprogkritik-paradigmet⁵. Adækvathed relaterer til den funktionelt adækvate overholdelse af normer og forventninger i bred forstand i en konkret kommunikationssituation, dvs. at man handler passende i forhold til:

- Adækvat sprogbrug i henhold til bl.a. grammatik, ordvalg og betydning, stil og tekstmønstre (genrekonventioner og -koder).
- Adækvat udformning af indhold, formalia og pragmatiske aspekter i henblik på afsenderens intention ligesom modtagerens forventninger og forudsætninger, mediets muligheder, tekstens indhold, osv.
- Adækvat tilpasning af æstetiske normer med det formål at opnå klarhed, logisk konsekvens, formfuldendthed, osv.
- Adækvat brug af parasproglige (talestyrke, intonation, talehastighed, osv.) og ikkesproglige (mimik, gestik, osv.) fænomener.

Om en handling er adækvat i en konkret situationer afhænger af normer og forventninger på forskellige niveauer:

Kultur forstås her som et åbent system af de kulturer der er involveret i en konkret situation og som dermed kan påvirke denne situation. En forudsætning for den interkulturelle kommunikation er et accept af "fremmede" kulturnormer og tilhørende integration af andre kulturer i den egne kultur. Denne opfattelse modificerer den gængse opfattelse af interkulturel kommunikation som en ageren mellem to lukkede systemer af to eller flere fremmede og/eller nationale kulturer.

Organisation defineres i bred forstand som de institutionelle former der er relevante for konstitueringen af en situation.

Med **sociale situationer og relationer** sammenfattes de samfundsmæssige forhold deltagerne i en given situation befinder sig i samt deres sociale roller og indbyrdes relationer.

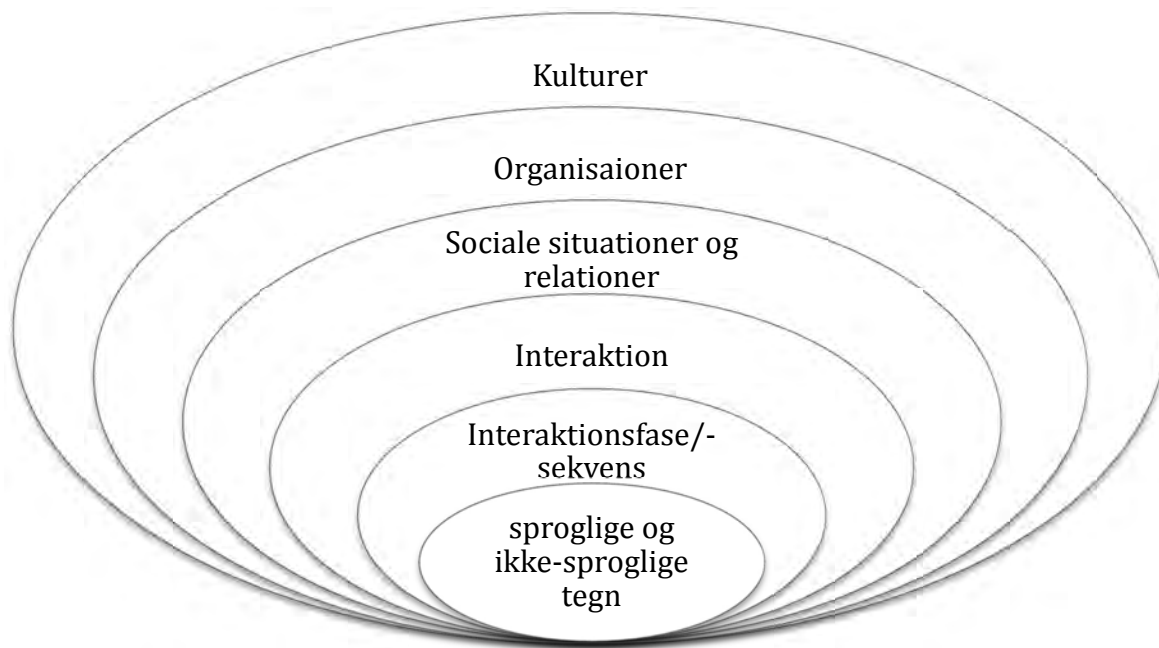
Interaktion omfatter den måde deltagerne i en given situation omgås hinanden på.

⁵ Kilian, Jörg/Niehr, Thomas/Schiewe, Jürgen (2010): **Sprachkritik. Ansätze und Methoden der kritischen Sprachbetrachtung**. Berlin/New York. S. 41.

Med **interaktionsfase** hhv. **Interaktionssekvens** beskrives delafsnit af interaktionen i en given situation.

På niveauet **sproglige og ikke-sproglige tegn** beskrives de betydningsbærende tegn, der bruges i en interaktionsfase.

I modellen forklares niveauerne og deres indbyrdes relationer⁶:



Til hvert niveau hører forskellige handlemønstre, der har indflydelse på den funktionelle adækvathed af (inter-)kulturelle handlinger. Niveauerne indordnes i viden om og forståelse for at man bør – og kan – tilpasse ens egen kommunikation til de sproglige, sociale og kulturelle betingelser, samt andre deltageres forudsætninger i en given situation.

Det primære formål med **SMiK-arbejdsark 27-30** er at fremme udviklingen af elevernes interkulturelle (handlings)kompetence og deres evne til et kulturelt perspektivskift (jf. **SMiK-arbejdsark 25-26**) ved en målrettet sensibilisering for sproglige og kulturelle ligheder og forskelle⁷.

Eleverne arbejder især med to sproglige aspekter af den flerkulturelle kommunikation; de **sprogligt bundne forestillinger (associative semantiske stereotyper)** og de **sproglige handlemønstre**. I arbejdet med de sprogligt bundne forestillinger (kap. 2-6) handlede det om

⁶ Modellen er en modificeret og udvidet version af modellen til differencering af konteksten i: Arendt, Birte/Kiesendahl, Jana (2013): Funktionale Angemessenheit. Gesprächs- und lehrwerksanalytische Perspektiven. In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes*. Heft 4, 336-355.

⁷ Candelier, Michel / Camilleri Grima, Antoinette / Castellotti, Véronique / de Pietro, Jean-François / Lőrincz, Ildikó / Meißner, Franz-Joseph / Schröder-Sura, Anna / Noguero, Artur (unter Mitarbeit von Muriel Molinié). 2009. *REPA – Ein Referenzrahmen für plurale Ansätze zu Sprachen und Kulturen. Kompetenzen und Ressourcen*. Graz. http://archive.ecml.at/mtp2/publications/c4_Repa_090724_IDT.pdf

at vække elevernes opmærksomhed omkring egne sprogligt og kulturelt overleverede stereotyper. Øvelserne i dette kapitel fokuserer på forskelle og ligheder i de sproglige og kulturelle normer, som kan have indflydelse på konkrete kommunikationssituationer. Øvelserne er opstillet således, at elevernes viden, samt en bevidsthed om funktionel adækvat handlen, opbygges. Især skal eleverne opnå viden om, at der er forskellige sproglige handlemønstre, som kan have en indflydelse på den inter- og merkulturelle kommunikation. Derudover skal eleverne øve at tilsyneladende ens kulturelle handlemønstre kan manifestere sig forskelligt i sproget, dvs. kan realiseres med forskellige sproglige midler.

Fra SMiK-projektets interviewdata ved vi, at de oplevede forskelle og overraskelser i den dansk-tyske interkulturelle kommunikation er præget af forskellige temaer, der kan indordnes på de forskellige niveauer i vores model; kultur og mentalitet, forventninger, handlinger, normer (f.eks. påklædning, punktlighed, høflighed, orden vs. afslappet), og ikke mindst sprog og sprogligt realiserede handlemønstre. Eksempelvis nævnes forskelle i e-mail-kommunikationen, der viser sig både i ordlyd, formalitetsgrad, typer og mængder af kommunikation, samt svartider. Derudover tematiseres nødvendigheden af den adækvate viden om høflighedsfraser, smalltalk-temaer og anvendelsen af "De/du" i det henholdsvis andet sprog.

Resultaterne fra interviewene bliver ikke sammenfattet i generaliseringer om hvordan danskerne og tyskerne er – dermed ville vi medvirke til en stereotypisering af "de andre". I stedet er resultaterne blevet omsat til øvelser, der har deres udgangspunkt i konkrete kommunikationssituationer, og hvor elevernes bevidsthed om funktionel adækvat kommunikation øves, og sættes i relation til de forskellige niveauer i modellen.

Øvelserne indeholder en fiktiv case fra den dansk-tyske interkulturelle kommunikation. Eleverne skal ud fra et handlingsforløb og en række givne situationer, arbejde sig frem til sproglig-kulturelle ligheder og forskelle. Øvelserne arbejder med udvalgte eksempler på sproglige handlemønstre inden for virksomhedskommunikation, samt øvelser til funktionelt adækvat ageren ved et restaurantbesøg. Under arbejdet med materialet er det særdeles vigtigt, at eleverne ikke kun beskæftiger sig med den anden "fremmede" kultur, men også med deres egen, da dette fremmer muligheden for at erkende og arbejde med forskelle, men også ligheder kulturene imellem.

Det her præsenterede udvalg af situationer og eksempler ser vi som en inspiration til at arbejde videre med konceptet for den funktionelt adækvate kommunikation; øvelserne skal altså ikke ses som en tjekliste for den dansk-tyske kommunikation. Hensigten med øvelserne i dette kapitel er, at opbygge en forståelse hos eleverne af deres egne sproglig-kulturelle handlemønstre og sproglige realisering, samt de normbestemte forventninger de har i kommunikationssituationer.

7.2 Masterkopier af SMiK-arbejdsark 27-30

SMiK-arbejdsark 27: sproglig adækvathed (e-mail)

På **SMiK-arbejdsark 27** skal eleverne analysere en tysksproget forespørgsel, som en dansk kunde har sendt til et tysk firma via e-mail. Som grundlag for sammenligningen anbefaler vi, at eleverne bruger den nedenstående tekst eller eksempler for forespørgsler fra tyske håndbøger om erhvervskommunikation hvis disse er til rådighed. I e-mailen fra den danske kunde bliver der bl.a. brugt nogle sproglige handlemønstre, der er forskellige fra de tyske:

- Der anvendes fornavn, en tiltale per du, uformelle hilsner og afvigende tegnsætning (komma efter hilsner).

Derudover bliver genrekonventionen (indhold) og den formelle stil af en forespørgsel i forretningsmæssige sammenhæng ikke overholdt.

Erfaringen viser, at ordet *høflighed* vil blive brugt i diskussionen. I forbindelse med tyskernes formodede høflighed er det vigtigt at forklare, at *Sie* er den normale tiltaleform i tyske forretningssammenhæng og på ingen måde udtryk for en særlig høflighed. Det tyske *Sie* svarer her til det danske *du*, som er ligeså høfligt på dansk som brugen af *Sie* er på tysk. Det er vigtigt at eleverne når frem til den erkendelse, at selv om der findes formelt ens pronomener i begge sprog, dvs. det danske *du/De* og det tyske *du/Sie* så har formerne grundlæggende forskellige betydninger og funktioner. Det samme gælder også for forskelle i brugen af tiltalen ved fornavn eller efternavn ligesom ved tiltalen *Frau/Herr*, som anvendes sammen med efternavnet i tyske sammenhæng, men sjældent i danske. Grundlæggende har disse tiltaleformer forskellige betydninger og funktioner og udtrykker forskellige grader for interpersonel afstand på de to sprog.

SMiK-arbejdsark 28: sproglig adækvathed (telefonsamtale)

Tematiseringen af den sproglige realisering af kulturelle handlemønstre fortsættes med **SMiK-arbejdsark 28**. På første side får eleverne en kort oversigt over strukturen i en telefonsamtale i en virksomhedskontekst. Denne struktur skal danne grundlaget for en analyse af en samtale mellem den danske og den tyske handelspartner. En del af arbejdsarket er en lydfil med optagelsen af samtalen. Vi anbefaler, at eleverne først kun får udleveret den første side af arbejdsarket, for dernæst at lytte til lydfilen med telefonsamtalen. Inden analysearbejdet får eleverne udleveret transskriptionen af samtalen. Samtaleteksten indeholder udover de kulturelt prægede sproglige handlemønstre også sproglige formuleringer, der er direkte og ureflekteret oversat fra førstesproget dansk til tysk; eksempler herpå er: *ich stelle dich wieder zu ihm* (linje 7), *super lecker* (linje 10), *alles soll neue werden* (linje 12) und *Ein schönes heute*

für dich (linje 24) Den manglende anvendelse af høflighedsfloskler som *bitte* og *danke* hos den danske taler kan forklares ved de to sprogs forskellige måder, hvorpå høflighed realiseres i det respektive sprog.

SMiK-arbejdsark 29: kulturelle handlemønstre i virksomhedskommunikationen

SMiK-arbejdsark 29 har til formål at aktivere viden om kulturelle handlemønstre i givne situationer. Her skal eleverne reflektere over, hvad der anses for at være normalt og hvilke handlinger der forventes i bestemte situationer. Det forudsættes, at eleverne har kendskab til den egne kulturs forventninger om handlemønstre i en lignende situation. Viden om egne kulturelt prægede forventninger er nødvendigt som grundlag for at eleverne kan sammenligne egne forventninger og adækvate handlemønstre med den anden kultur for at finde frem til potentielle, ufrivillige normbrud og interkulturelle problemer.

SMiK-arbejdsark 30: kulturelle handlemønstre (restaurantbesøg)

SMiK-arbejdsark 30 indeholder beskrivelse af 6 situationer fra et restaurantbesøg i forbindelse med et forretningsmøde med rollebeskrivelser til de to handelspartners handlinger. Temaerne i situationerne er:

Situation 1: overholdelse af aftalte tidspunkter, omgangsformernes rolle, som fx hvornår og hvordan man undskylder sig, når man kommer for sent.

Situation 2: adækvate tiltaleformer, hvilken rolle spiller omgangsformer i dagligdagen og i forretningssammenhæng.

Situation 3: kulturspecifikke aspekter af mad og drikke.

Situation 4: hvilken rolle spiller omgangsformer, bordskik, forretningsmiddag.

Situation 5: smalltalk, elektroniske gadgets, især brugen af smartphones.

Situation 6: invitation til middag; Hvem betaler for regningen? Hvor mange drikkepenge bør man give? At tage afsked.

Situationsbeskrivelserne er tænkt som inspiration til en diskussion om kulturelle handlemønstre, prædefinerede handlemønstre og adækvat, situationstilpasset handling i såvel den egne som den anden kultur. Her er der såvel ligheder (overholdelse af aftalte tider til forretningsrelaterede møder) som forskelle (fx ved drikkepenge, sproglige omgangsformer og rutiner) mellem de to lande. Det er derudover ikke altid muligt at angive en "rigtig" løsning, da nogle svar er afhængige af elevernes egne forventninger og forestillinger om, hvad der er normalt og hvad ikke. For nogle af situationerne findes der slet ingen "mønsterløsning".

SMiK-arbejdsark 27: sproglig adækvathed (e-mail)

Du er Stephan Müller, direktør af „Möbellager Müller“ i Kiel. Du har modtaget følgende e-mail:

To: s.mueller@moebellager-mueller.de
CC:
Betreff: Einrichtung von Büro

Hi Stephan

Ich habe eine große Firma in Sønderborg und ich brauche neue Einrichtung für meine Büros. Ich kann eure Möbel gut leiden. Kannst du mir ein Angebot schicken?

Viele Grüße,

Jørgen

Jørgen Lunderskov
Adm. Direktør
Lunderskov A/S
Vestergade 500
6400 Sønderborg
www.lunderskov.dk
+45 1234 5678

Hvad i denne e-mail er evt. anderledes end i en typisk tysk forretnings-e-mail? Beskriv, hvilke afvigelser fra normen for tysk virksomhedskommunikation forekommer i denne e-mail. Angiv dernæst, hvordan du ville formulere en mere adækvat e-mail:

afvigelse	adækvat formulering

Eksempel for en tysksproget forespørgsel via e-mail:

To: vertrieb@bierbrauhaus.de
CC:
Betreff: Anfrage: Essen und Getränke für ein Oktoberfest in Dänemark

Sehr geehrte Damen und Herren,

einer unserer Zusammenarbeitspartner hat uns Ihre Firma empfohlen. Wir sind ein Eventveranstalter in Odense, Dänemark, und wir sind dabei, für den 25. September ein Oktoberfest mit 500 Gästen in Odense zu planen. Das Fest soll so authentisch wie möglich sein und wir suchen einen Lieferanten für entsprechende Getränke und Essen.

Können Sie uns einen Vorschlag für ein traditionelles Oktoberfestmenü inkl. ausreichend Getränke für 500 Personen zusammenstellen? Zu den in Ihrem Vorschlag enthaltenen Positionen bitten wir um ein kostenloses und verbindliches Angebot einschließlich Verkaufs- und Lieferbedingungen.

Herzlichen Dank im Voraus für Ihre Mühe.

Mit freundlichen Grüßen

Hans C. Andersen

Hans C. Anderssen
Adm. Direktør
Odense Eventmanagement A/S
Vestergade 500
5000 Odense C
www.odense-eventmanagement.dk
+45 1234 5678

SMiK-arbejdsark 28: Sproglig adækvathed (telefonsamtale)

Du har stadig rollen som Stephan Müller. Du glæder dig over e-mailen, da dit firma "Möbellager Müller" har stærkt brug for nye ordrer. Du har derfor søgt på nettet og har fundet ud af, at firmaet Lunderskov A/S er et mellemstort dansk firma med fire afdelinger (=kontorer) i henholdsvis København, Odense, Aarhus og Sønderborg. Du vil derfor finde ud af, om en ordre fra dette firma kan betale sig, dvs. du vil gerne finde ud af i hvilket omfang og til hvilke betingelser en bestilling kunne være på vej. Du beslutter at ringe til Jørgen Lunderskov. Da han jo har skrevet på tysk til dig, regner du med at kunne tale tysk med ham.

Telefonsamtaler i forretningsammenhæng følger en mere eller mindre fastlagt struktur:

1. Hilsen og afklaring af samtaleindhold, samt afklaring af, hvem er den passende samtalepartner:

Modtageren af opkaldet melder sig ved sit firmas navn, sit fulde navn og en hilsen. Derudover kan man allerede her anvende en venlig sætning til indledning af samtalen:

SM: *Möbellager Müller, Stephan Müller.*

SM: *Möbellager Müller, guten Morgen, Sie sprechen mit Stephan Müller. Was kann ich für Sie tun?*

Modtageren af opkaldet melder sig med en hilsen, det fulde navn og firmaets navn:

CV: *Guten Tag, mein Name ist Clara Vogel von der Zeitschrift Modernes Wohnen. Ich habe auf Ihrer Homepage gesehen, dass Sie letzte Woche eine neue dänische Möbelmarke exklusiv in Ihr Sortiment aufgenommen haben. Wir planen ein Themenheft zu dänischem Design und würden gerne über diese Möbelmarke berichten.*

2. Den egentlige samtale, hvor samtaleformål præsenteres og arbejdet henimod at blive opnået. (Hvorfor ringer jeg op? Hvilke argumenter har jeg for mit ønske?) Kort resumé af samtaleens resultater for at sikre gensidig forståelse og for at undgå misforståelser:

CV: *Schön, dass es klappt mit dem Bericht, Frau Müller. Ich fasse zusammen: Wir treffen uns am 8. Mai um 13 Uhr. Ich bringe meinen Fotografen mit und dann besprechen wir alles andere bei Ihnen im Geschäft.*

SM: *Also 13 Uhr? Ich hatte mir 14 Uhr notiert, aber 13 Uhr würde auch passen.*

CV: *Sie haben Recht, es ist mein Fehler, 13 Uhr ist richtig. Ich freue mich auf das Treffen und wünsche Ihnen einen schönen Tag!*

3. Sluthilsen:

Auf Wiederhören! eller *Tschüs!* er gængse afskedshilsener over telefonen. Også *Auf Wiedersehen!* bruges, især hvis der blev aftalt et konkret møde i samtalen. Eventuelt kan man sætte en venlig sætning som *Alles Gute!*, *Bis bald!* eller *Ich wünsche Ihnen einen guten Tag!* foran.

Du lytter til følgende telefonsamtale mellem Stephan Müller og Jørgen Lunderskov.

Du ringer op og en kvinde svarer:

- (1) **Frau:** Ja
- (2) **SM:** Guten Morgen, mein Name ist Stephan Müller, bin ich mit der Firma Lunderskov verbunden?
- (3) **Frau:** Ja
- (4) **SM:** Ich möchte gerne mit Herrn Lunderskov sprechen.
- (5) **Frau:** Was, ich habe dich nicht verstanden, mit wem möchtest du sprechen?
- (6) **SM:** Mit Herrn Lunderskov, Jørgen Lunderskov.
- (7) **Frau:** Ach so, du willst mit Jørgen sprechen, ich stelle dich wieder zu ihm.
- (8) **JL:** Jørgen
- (9) **SM:** Guten Tag, Stephan Müller mein Name, vom Möbellager Müller in Kiel. Ich habe Ihre E-Mail mit der Anfrage nach Büromöbeln erhalten.
- (10) **JL:** Guten Morgen, gut, dass du anrufst Stephan. Ich finde eure Möbel super lecker.
- (11) **SM:** Ja, das freut mich sehr. Herr Lunderskov, ich mache Ihnen gerne ein Angebot, würde dafür aber auch gerne mehr über Ihre Wünsche erfahren. Was für Möbel brauchen Sie denn? Woran haben Sie denn gedacht?
- (12) **JL:** Ach, ich habe so viele Büros und alles soll neue werden. Ich finde eure Möbel für das Wohnzimmer auch sehr schön. Machst du auch Schlafzimmer und Kinderzimmer?
- (13) **SM:** Ja, wir haben auch Möbel für den privaten Haushalt im Programm, ich würde aber gerne mit Ihnen über die Büromöbel sprechen.
- (14) **JL:** Ja.
- (15) **SM:** Herr Lunderskov, Sie schreiben, dass Sie für Ihre Büros neue Möbel brauchen. Um wie viele Büros geht es und für welche Möbel möchten Sie von uns ein Angebot bekommen?
- (16) **JL:** Wir haben 4 Büros. Wir brauchen Tische, Stühle, Regale, Lampen und alles andere.
- (17) **SM:** Verstehe ich Sie richtig, Sie möchten gerne eine komplette Ausstattung für alle Arbeitsplätze in Ihren vier Büros?
- (18) **JL:** Ja, genau.
- (19) **SM:** Um wie viele Arbeitsplätze handelt es sich denn insgesamt, Herr Lunderskov?
- (20) **JL:** In jedem Büro haben wir 5 Arbeitsplätze.
- (21) **SM:** Gut, Herr Lunderskov, ich schicke Ihnen heute Nachmittag einen Vorschlag für Möbel und ein Angebot für die komplette Ausstattung von 4 Büros mit jeweils 5 Arbeitsplätzen per E-Mail. Ich schicke Ihnen auch unsere aktuellen Kataloge, damit Sie sich in Ruhe unsere Auswahl an Farben und Designs anschauen können.
- (22) **JL:** Das ist gut, Stephan, das gefällt mir.
- (23) **SM:** Vielen Dank, Herr Lunderskov, auf Wiederhören.
- (24) **JL:** Ein schönes heute für dich, wir sehen uns.

I løbet af samtalen har Jørgen Lunderskov tiltalt dig med dit fornavn og med *du* – du har tiltalt ham med *Sie* og anvendt hans efternavn. Hvordan er den adækvate tiltale i den tyske virksomhedskommunikation? Udarbejd en ny udgave af samtalen, således at de to handelspartnere handler sprogligt adækvat i forhold til situationen i deres telefonsamtale. Vær opmærksom på anvendelse af navne (såvel din egen som din handelspartners navn og firmanavne) og tiltaleformerne (*du/Sie*), høflighedsudtryk og sproglige fejl. Overvej også, hvordan rækkefølgen af informationerne i samtalen kunne struktureres bedre:

(1) Kvinde:

(2) SM:

(3) Kvinde:

(4) SM:

(5) Kvinde:

(6) SM:

(7) Kvinde:

(8) JL:

(9) SM:

(10) JL:

(11) SM:

(12) JL:

(13) SM:

(14) JL:

(15) SM:

(16) JL:

(17) SM:

(18) JL:

(19) SM:

(20) JL:

(21) SM:

(22) JL:

(23) SM:

(24) JL:

SMiK-arbejdsark 29: kulturelle handlemønstre i virksomhedskommunikationen

Jørgen Lunderskov har accepteret tilbuddet om kontorindretning fra firmaet "Möbellager Müller" i Kiel. Han har bedt Stephan Müller om et personligt møde for at aftale farver og kombinationer af indretning af de enkelte kontorer. Stephan Müller forbereder sin rejse til Sønderborg og da han ikke kender meget til dansk skik til forretningsmøder, beslutter han sig for bede sin ven Christian, som arbejder som kommunikationskonsulent for tyske firmaer med kontakt til Danmark, om nogle tips og tricks. Han skriver følgende e-mail til Christian:

To: c.henriksen@Communicationstrainer.de
CC:
Betreff: Forretningsrejse til Danmark

Hej Christian,

Jeg er i gang med forberedelsen af en større ordre fra en dansk kunde, der gerne vil have kontormøbler og tilbehør til alle arbejdspladser i sin virksomhed. I den forbindelse vil jeg de kommende dage mødes med ham her i Danmark. Du har regelmæssigt at gøre med Tyskland. Jeg er god nok til det tyske sprog, men kender kun meget lidt til tysk skik i forretningshenseende. Derfor vil jeg gerne spørge dig, hvad man skal være opmærksom på i forbindelse med forretningsmøder (dresscode, høflighed, omgangsformer, sprog, etc.). Måske kan du også give mig et par tips og tricks til bordskik (vi skal ud at spise et fint sted) og måske nogle andre forhold jeg skal være opmærksom på?

Hils din kone og børn!

Kh.

Stephan

Stephan Müller
Geschäftsführer
Möbellager Müller GmbH & CO KG
Königsweg 420
24114 Kiel
www.moebellager-mueller.de
+49 (0)431 321 4321

Øvelse: Hvilke tips og tricks giver Christian sin ven Stephan? Skriv i grupper af 2-4 elever en udførlig e-mail (på dansk) som svar fra Christian Henriksen til Stephan Müller. Giv ham de ønskede tips inklusive mulige faldgruber. Hans rejse til Sønderborg skal blive en succes. Vær opmærksom på, at han har brug for informationer vedrørende forretningsmøde (inkl. restaurantbesøg) ligesom den mere generelle omgang og adfærd i forbindelse med hotel, taxa osv.

To: s.mueller@moebellager-mueller.de
CC:
Betreff: SV: Forretningsrejse til Danmark

Hej Stephan

Mange hilsner

Christian

Christian Henriksen
CEO
DanKomm Kommunikationstræning
Rolighedsvej 618
2000 Frederiksberg C
c.henriksen@Communicationstrainer.de
+45 8765 4321
CVR.-nummer: 23456798

SMiK-arbejdsark 30: kulturelle handlemønstre (rollespil "restaurantbesøg")

Stephan Müller og Jørgen Lunderskov har allerede mødt hinanden og lært hinanden at kende. I de følgende øvelser mødes de to handelspartnere til en forretningsmiddag i Sønderborg. Jørgen Lunderskov har allerede truffet sit valg og bestilt møbler og udstyr til sine kontorer. Han er meget tilfreds med handlen og har inviteret Stephan Müller til middag kl 19, hvor han vil fejre det nye handelspartnerskab (hvor han samtidigt vil prøve sig med de tips og tricks han fik fra sin ven). Jørgen Lunderskov har valgt sin yndlingsrestaurant, "Kroen". Han ankommer kl 18:55 og venter foran restaurantens indgang på Stephan Müller, som først ankommer kl. 19:45.

Den følgende øvelse indeholder 6 situationer fra en forretningsmiddag på en restaurant, set fra **Jørgen Lunderskovs** perspektiv (**situation a**) og **Stephan Müllers** perspektiv (**Situation b**). Du overtager den ene af øvelsens to roller; dvs. hvis du får situation a, spiller du Stephan Müller, får du situation b, spiller du Jørgen Lunderskov.

Inden du går i gang med selve øvelsen, bedes du læse situationsbeskrivelsen og oveveje, hvordan du ville forholde dig (i din rolle som Stephan Müller eller Jørgen Lunderskov) i denne situation. Dernæst udarbejder I en samtale mellem de to handelspartnere som du derefter spiller igennem sammen med din partner. Samtalen skal passe til situationen. Instruktionerne til samtalen står i situationsbeskrivelserne. Afslut øvelsen med en diskussion om spørgsmålene til jeres situation såvel som nedenstående generelle spørgsmål.

De generelle spørgsmål til diskussion af situationen er:

- (1) Hvilke handlinger er funktionelt adækvate i Danmark og i Tyskland i en situation som den foreliggende?
- (2) I hvorvidt forholder de to personer sig adækvat eller normbrydende i den foreliggende situation?
- (3) Hvilke forskelle er der mellem de funktionelt adækvate handlinger i denne situation i Danmark og Tyskland?
- (4) I hvorvidt er der tale om særlige kulturelle handlemønstre i de handlinger som ikke er adækvate i de givne situationer?
- (5) Hvordan ville du reagere på (sproglig-kulturelle) handlinger som ikke er adækvate i forhold til den givne situation?
- (6) Hvilken – positiv eller negativ – indflydelse kunne de skildrede handlinger have på forretningsforbindelsen mellem de to handelspartnere?
- (7) Hvordan omgås man adækvat med hinanden i forholdsvis Danmark og Tyskland, altså hvilken rolle spiller generelle omgangsformer – "takt og tone" – i de to lande?

Situation 1a: Du er **Jørgen Lunderskov**

Du har inviteret din tyske handelspartner Stephan Müller til et restaurantbesøg i byen efter den succesfulde handel. I har aftalt at I mødes kl. 19.00 foran restauranten.

Du ankommer kl 18.55 ved restauranten. Stephan Müller er dog ikke at få øje på. Det øsregner. Du beslutter dig alligevel for at vente på ham uden for døren, da du ikke har modtaget nogen besked om forsinkelse. Du er allerede ret forarget og hundefryser i al den regn.

Klokken 19:45 dukker Stephan Müller op. Du rækker din iskolde hånd ud efter ham – han omfavner dig og siger *"Davs Hr. Lunderskov. Godt, at De allerede er her! Så kan vi gå ind med det samme. Jeg er simpelthen så sulten!"*.

I hvorvidt svarer Stephan Müllers hilsen til dine forventninger? Hvad svarer du?

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller, for dernæst at diskutere de følgende spørgsmål i gruppen:

- **Hvor vigtigt er det at overholde aftalte tidspunkter i hhv Tyskland og Danmark? Hvorfor?**
- **Hvor mange minutter må man være forsinket?**
- **Hvad bør/kan man gøre, når man kommer senere end aftalt?**
- **Hvilken rolle har omgangsformer ("takt og tone") i forretningskontakter i Danmark hhv. Tyskland?**

Situation 1b: Du er **Stephan Müller**

Efter kontraktunderskrift har Jørgen Lunderskov inviteret dig til middag på en restaurant i byen. I har aftalt at mødes foran restauranten kl 19.00.

Du kommer med en lille forsinkelse på 45 minutter. Du har mødt en gammel kammerat i byen, som har inviteret dig til en lille øl. Du er derfor allerede lidt beruset og i glimrende humør.

Du hilser kammeratligt på Jørgen Lunderskov *"Davs Hr. Lunderskov. Godt, at De allerede er her! Så kan vi gå ind med det samme. Jeg er simpelthen så sulten!"*.

Jørgen Lunderskov virker lidt forstemt i sit svar. Derfor beslutter dig for at fortælle en joke.

Hvordan svarer du Jørgen Lunderskov? Hvilken joke fortæller du ham?

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller, for dernæst at diskutere de følgende spørgsmål i gruppen:

- **Hvorfor er Jørgen Lunderskov forstemt? Hvad ville du sige til Jørgen Lunderskov?**
- **Hvor vigtigt er det at overholde aftalte tidspunkter i hhv. Tyskland og Danmark?**
- **Hvor mange minutter må man komme senere end aftalt?**
- **Hvad bør/kan man gøre, når man kommer for sent?**
- **Hvilken rolle spiller omgangsformer i forretningsmæssige situationer i Danmark og Tyskland?**

Situation 2a: Du er **Jørgen Lunderskov**

Med 45 minutters forsinkelse ankommer Stephan Müller til restauranten. Det er koldt, det regner og du er allerede ret irriteret. Du var egentlig allerede på vej hjem, da Stephan Müller hilser på dig. Du bemærker, at han er lidt beruset. Han tiltaler dig med "De" og Hr. Lunderskov ligesom han ikke undskylder sig for sin forsinkelse. Da han dog kunne vise sig at være en vigtig kunde, nævner du hverken lugten af øl eller forsinkelsen.

Du vil nu gå ind på restauranten. Du rækker ud efter dørhåndtaget, men han kommer dig i forkøbet og vil holde døren åben for dig – tror du i hvert fald. Derimod træder han ind i restauranten uden at holde døren for dig. Du kommer til næsten at løbe ind i døren. Stephan Müller går målrettet hen til en vinduesplads, sætter sig ned, selvom der står, at bordet er reserveret. Han tager sin jakke af, hænger den over stolens ryglæn og sætter sig ned, imens du stadig står i døren. Han gestikulerer og råber: "*Hr. Lunderskov, hvorfor kommer De ikke? Er der noget i vejen?*"

Du er noget irriteret og bliver stående i dørkarmen. Hvad svarer du?

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller og diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **I hvorvidt er brugen af "De" og efternavnet adækvat i denne her situation?**
- **Hvilken er efter din mening den adækvate tiltale i denne situation? Hvordan ville du over for Stephan Müller forklare og gøre rede for den adækvate tiltale?**
- **Hvilken rolle har omgangsformer i handelssituationer i Danmark og Tyskland?**

Situation 2b: Du er **Stephan Müller**

Du ankommer lidt forsinket, kl 19:45, til restauranten, da du tilfældigt har mødt en gammel kammerat, som har inviteret dig til en øl. Jørgen Lunderskov står foran restauranten og venter. Du hilser på ham med „*Hallo hr. Lunderskov, dejligt, at De allerede er her!*“ Han virker dog lidt utilfreds og ser ud til at fryse temmelig meget. Derfor vil du hurtigt ind i varmen. Du åbner døren og går ind i restauranten, finder den bedste vinduesplads, hænger din jakke over stolen og sætter dig ned. Først da bemærker du, at Jørgen Lunderskov stadig står i dørkarmen.

Med store bevægelser kalder du til ham: "*Hr. Lunderskov, hvorfor kommer De ikke? Er der noget i vejen?*" Jørgen Lunderskov svarer, men du kan ikke høre, hvad han siger. Han taler ikke højt nok. Du råber derfor en gang til og endnu højere: "*Hr. Lunderskov, jeg kan ikke forstå Dem!*" Du får øje på tjeneren ved baren. Du snapper med fingrene og kalder til hende: "*En øl tak!*" Alle andre gæster i restauranten kigger på dig. Det lader du dig ikke forstyrre af. Efter den succesrige dag og mødet med din gamle kammerat er du i ualmindeligt godt humør. Jørgen Lunderskov står stadig i dørkarmen og virker nu meget utilfreds.

Hvorfor er Jørgen Lunderskov utilfreds? Hvori ligger problemet? Hvordan reagerer du på hans svar og opførsel?

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller og diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **I hvorvidt er brugen af "De" og efternavnet adækvat i denne her situation?**
- **Hvilken er efter din mening den adækvate tiltale i denne situation? Hvordan ville du over for Jørgen Lunderskov forklare og gøre rede for den adækvate tiltale?**
- **Hvilken rolle har omgangsformer i handelssituationer i Danmark og Tyskland?**

Situation 3a: Du er **Jørgen Lunderskov**

I restauranten har Stephan Müller sat sig ved et bord, uden at vente på anvisning fra tjeneren. Stephan Müller kalder højlydt til dig og tjeneren, snapper med fingrene og forholder sig meget påfaldende. Efter kort tid kommer en tjener med menukort i hånden og spørger jer høfligt, om I måske kunne sætte jer ved et andet bord, da dette her er reserveret. I står op og går sammen med tjeneren op ad trappen til restaurantens anden etage. Stephan Müller følger efter. I får menukortet og tjeneren siger, at hans kollega er på vej med Stephan Müllers øl, for også at modtage bestillingen.

Du lægger mærke til, at Stephan Müller prøver på at redde stemningen ved at rose dit valg af restaurant. Du er meget glad for at spise kød og har hørt, at man i Tyskland også er meget glad for at spise kød. Derfor har du inviteret Stephan Müller til din yndlingsrestaurant. Her kan man få mange og meget gode traditionelle danske kødretter.

Hvordan reagerer du på Stephan Müllers ros? Hvad svarer du?

Du har besluttet dig for en bøf. Det er en af dine yndlingsretter. Stephan Müller ser ud til ikke at kunne beslutte sig. Du spørger ham: *"Kan jeg hjælpe dig med at finde noget til dig?"*

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller. Du skal forklare Stephan Müller menukortet så godt, at han kan finde en ret han har lyst til at spise.

Diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **Hvordan kan man forklare det danske køkken på en sådan måde, at mennesker fra andre kulturer kan forstå det?**
- **Hvordan kan man oversætte de forskellige retters navne?**
- **Hvilke danske retter findes der, der skal forklares til mennesker fra andre kulturer?**

Situation 3b: Du er **Stephan Müller**

I restauranten har du sat dig ved bordet med den bedste vinduesplads. Du er tørstig og råber efter tjeneren ved baren: *"En øl tak!"* Da tjeneren ikke reagerer, prøver du igen. For at være sikker på, at han lægger mærke til din bestilling, rejser du hånden i vejret og snapper med fingrene. Tjeneren kommer med menukortet i hånden og spørger dig høfligt, om du kunne sætte dig ved et andet bord, da dette her desværre allerede er reserveret. Du vil dog gerne blive sidende, selvom du ser, at Jørgen Lunderskov allerede er stået op og følger med tjeneren ad trappen op til næste etage. Du følger dem. Tjeneren udleverer menukortet og siger, at hans kollega allerede er i gang med din øl, og vil tage jeres bestilling så snart han kommer. Du forsøger at rette op på stemningen: *"Det er et flot restaurant, meget dansk, ik'?" Maden er sikkert meget god. Siden jeg blev vegetar, er det ikke så nemt for mig at finde god mad. Der er simpelthen ikke nok mennesker, der gerne vil spise vegetarisk".*

Du slår menukortet op og forstår ikke et ord, kun *"Wienerschnitzel"* og *"kartofler"* er noget du kender til. Du er lidt overrasket, siger dog ikke noget i første omgang, men prøver fortsat finde de vegetariske retter. Efter et stykke tid siger du til Jørgen Lunderskov, at der er rigtig mange ord, du ikke kender, og spørger ham, om han måske kunne forklare de retter, der er på menukortet.

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller. Jørgen Lunderskov skal forklare dig menukortet så godt, at du kan finde en ret du har lyst til at spise. Diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **Hvordan kan man forklare det danske køkken på en sådan måde, at mennesker fra andre kulturer kan forstå det?**
- **Hvordan kan man oversætte retternes navne?**
- **Hvilke danske retter findes der, der skal forklare til mennesker fra andre kulturer?**

Menukort – Aften

Forretter

Oksekødsuppe med kødboller og melboller samt urter	kr. 62,00
Legeret aspargessuppe med kødboller	kr. 68,00
2 stk. Luksustarteletter med høns i asparges	kr. 85,00
Gravad laks med sennepsdressing	kr. 98,00
Rejcocktail	kr. 98,00

Desserter og ost

Is Colombine, flødeskum og likør	kr. 62,00
Teaterbodegas Luksusdessert: Chefens hjemmelavede iskage på bund af fragilitè, pyntet med flødeskum og chokolade, serveret med friske bær	kr. 85,00
”Fidus” Camemebert frites, solbærsyltetøj og ristet franskbrød	kr. 62,00

Hovedretter

Special roastbeef, sprøde løg og kold kartoffelsalat	kr. 132,00
Stort luksus stjerneskud med 2 panerede rødspættefileter og dampet rødspættefilet, serveret på toast, garneret med rejer, laks, kaviar og dressing	kr. 135,00
Stor pariserbøf af friskhakket oksekød anrettet på toast, hakket løg, hakkede rødbeder, kapers, peberrod og æggeblomme	kr. 135,00
Biksemad med 2 spejlæg og hjemmesyltede rødbeder	kr. 138,00
Stegt flæsk (10 stk.) med persillesovs, hjemmesyltede rødbeder og hvide kartofler	kr. 138,00
Ekstra 5 stk. stegt flæsk	kr. 38,00
Stor smørstegt rødspætte, hvide kartofler og persillesauce	kr. 185,00
Wienerschnitzel (kalv) med ærter, braserede kartofler og smørsauce	kr. 185,00
Teaterbodega-bøf: 200 gr. dansk oksemørbrad serveret med friske grøntsager, stor pommes frites med svampe, mini grøntsagstærte, årstidens friske grøntsager, hvide kartofler samt rødvinssauce	kr. 265,00
Bøf af dansk kalvemørbrad, serveret med svampe, mini grøntsagstærte, årstidens friske grøntsager, hvide kartofler samt rødvinssauce	kr. 265,00

Quelle: <http://www.teaerbodega.dk/wp-content/uploads/aften-menu.pdf>

Situation 4a: Du er Jørgen Lunderskov

Du sidder i "Kroen" og har lige forklaret Stephan Müller menukortet. At han er vegetar har overrasket dig meget. Selv er du meget glad for at spise kød. Det er også derfor, at "Kroen" er din yndlingsrestaurant.

Du bestiller en bøf og et stort glas Fynsk Forår, Stephan Müller bestiller en vegetarisk ret og en stor specialøl.

Du har arbejdet hele dagen og har derfor kun haft meget lidt tid til at spise noget fornuftigt. Du er derfor meget sulten og kan virkelig godt lide maden. Du spiser i store bider. Stephan Müller spiser noget langsommere. Imens han spiser fortæller han dig en lang historie om mødet med hans ven (hvorfor han åbenlyst var 45 minutter forsinket) og hvor imponerende denne ven er. Du kan næsten ikke nå at sige et ord, men vil gerne fortælle noget om dit firma (for samtidigt at reklamere lidt, i håbet om fremtidige forretninger). Du synes også at det er uforskammet, at han stadig ikke har undskyldt sig for at komme så sent.

Hvordan reagerer du? Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller. Diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **Hvor vigtige er omgangsformer, især bordskik, i Danmark hhv. i Tyskland?**
- **Hvilken rolle har spise og drikke i Danmark hhv. i Tyskland?**
- **Hvad kan du godt lide at spise?**
- **Til hvilken restaurant i din by ville du invitere dine udenlandske handelspartnere? Hvorfor?**

Situation 4b: Du er Stephan Müller

Du sidder i "Kroen" og Jørgen Lunderskov har lige forklaret dig menukortet. At du er vegetar, har åbenlyst overrasket ham meget. Selv er han meget glad for at spise kød og har derfor også valgt "Kroen" som sin yndlingsrestaurant.

Under spisningen lægger du mærke til, at Jørgen Lunderskov spiser meget uhæmmet. Han skærer hele sin mad op i store stykker inden han spiser, spiser til dels med fingrene og i meget store bider. Han er meget hurtig færdig med at spise og venter på, at du også bliver færdig med din ret.

Du vil dog gerne nyde din ret, og spiser derfor langsomt og fylder tiden med at fortælle ham om dit møde med din gamle ven (som også var årsagen til at du kom 45 minutter for sent), hvor meget du har glædet dig over at møde din ven og hvor imponerende han er.

Hvordan reagerer du? Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller. Diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **Hvor vigtige er omgangsformer, især opførsel bordskik, i Danmark hhv. i Tyskland?**
- **Hvilken rolle har spise og drikke i Danmark hhv. i Tyskland?**
- **Hvad kan du godt lide at spise?**
- **Til hvilken restaurant i din by ville du invitere dine udenlandske handelspartnere? Hvorfor?**

Situation 5a: Du er Jørgen Lunderskov

Imens du venter på, at Stephan Müller bliver færdig med at spise, står du op fra bordet for at vaske dine hænder. Da du kommer tilbage, leger han med sin smartphone og ignorerer dig fuldstændigt. Du prøver på at få kontakt til ham, det lykkes dog først efter flere forsøg.

Da Stephan Müller har uafbrudt har fortalt historien om sin gamle ven, kunne du næsten ikke komme til ordet imens i sad og har spist. Da du endelig kunne starte en samtale med Stephan Müller og kunne fortælle lidt om dit firma, afbryder han dig brat med et spørgsmål til fodbold.

Hvordan reagerer du? Hvordan svarer du?

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller. Diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **Hvad er smalltalk?**
- **Hvor vigtig er smalltalk til forretningsmøder i Tyskland hhv. Danmark?**
- **Over hvilke temaer skulle man gerne smalltalke i Danmark hhv. Tyskland og hvilke skulle man helst ikke tale om?**
- **Hvad synes du om Stephan Müllers brug af smartphone ved bordet? Hvilken handling ville du anse for at være adækvat?**

Situation 5b: Du er Stephan Müller

Imens Jørgen Lunderskov kort gik fra bordet for at vaske hænder, beslutter du dig for at tjekke dine e-mails på din smartphone. Da han vender tilbage, er du lige midt i at skrive et svar til en vigtig kunde. Du fortsætter med at skrive uden at se op til Jørgen Lunderskov. Du vil gerne skrive e-mailen færdig først.

Jørgen Lunderskov vil gerne snakke om sit firma med dig. Du vil dog heller tale om noget andet end arbejde, da det er for kedeligt lige nu. Du kommer i tanke om, at alle danskere gerne snakker om fodbold. Du har godt nok ikke meget forstand på fodbold, men skifter alligevel emne og afbryder ham midt i en sætning om udvalg af møbler. Du spørger ham: *"Hr. Lunderskov, hvilket fodboldhold spiller egentlig for Sønderborg?"*

Hvordan reagerer du? Hvordan svarer du?

Gennemfør samtalen ved at indtage de to roller. Diskuter dernæst de følgende spørgsmål:

- **Hvad er smalltalk?**
- **Hvor vigtig er smalltalk til forretningsmøder i Danmark hhv. Tyskland?**
- **Over hvilke temaer kan smalltalke i Danmark og Tyskland og hvilke skulle man helst ikke tale om?**
- **Hvad synes du om Stephan Müllers brug af smartphone ved bordet? Hvilken handling ville du anse for at være adækvat?**

Situation 6a: Du er Jørgen Lunderskov

Du har spist og drukket godt. Det er endelig lykkedes dig, at fortælle lidt om dit firma og du beslutter dig for, at fortælle lidt mere. Pludseligt ser du en af dine bedste kunder side ved et af de andre borde ved vinduerne. Du undskylder dig kort hos Stephan Müller og går over til kunden for at hilse på ham. Ovre fra kundens bord ser du Stephan Müller ordre endnu et stort glas øl. Du benytter chancen til at snakke fem minutter længere med kunden.

Da du vender dig om, er Stephan Müller væk, øllen står stadig urørt på bordet. Du går tilbage til jeres bord og ser regningen og pengene for maden ligge på bordet. Da du ser nærmere på pengene og regningen lægger du mærke til, at Stephan Müller har lagt 900 kroner, 100 kroner mere end står på regningen. Du undrer dig og beslutter dig for at lægge den præcise sum og give Stephan Müller sine 100 kroner ved næste lejlighed. Du tager øllen og går tilbage til din bedste kunde. Det bliver en lang og hyggelig aften. Næste dag ringer du til Stephan Müller for at takke for den hyggelige aften.

Er dine handlinger adækvat i denne situation? Diskuter følgende spørgsmål:

- **Hvem betaler regningen under en forretningsmiddag?**
- **Hvorfor har Stephan Müller lagt drikkepenge?**
- **Hvorfor beslutter Jørgen Lunderskov sig for at tage de ekstra drikkepenge?**
- **Hvornår giver du drikkepenge og hvor meget?**
- **Hvordan og for hvad siger man tak i Danmark hhv. i Tyskland?**
- **Hvilke sproglige formuleringer kan man anvende i en sådan situation?**

Situation 6b: Du er Stephan Müller

Du har spist og drukket godt. Efter den lange dag er du nu træt og vil gerne tilbage til dit hotel. Jørgen Lunderskov er gået til et andet bord i restauranten og snakker med en anden gæst.

Du bunder din øl. Da tjeneren kommer til dit bord og spørger "Vil du ha' en til?", siger du "Ja tak, regningen" og finder din pung frem. Til din overraskelse kommer tjeneren tilbage med endnu et stort glas øl og lægger regningen på bordet.

Du antager, at Jørgen Lunderskov har bestilt en ekstra øl. Han snakker stadig med gæsterne ved det andet bord. Du vil ikke forstyrre – du er allerede halvdårlig af al den øl. Du beslutter dig derfor at finde vej til dit hotel Du lægger pengene for mad og drikke på bordet og går din vej.

Er dine handlinger adækvat i denne situation? Diskuter følgende spørgsmål:

- **Hvem betaler regningen under en forretningsmiddag?**
- **Hvorfor har Stephan Müller lagt drikkepenge?**
- **Hvorfor beslutter Jørgen Lunderskov sig for at tage de ekstra drikkepenge?**
- **Hvornår giver du drikkepenge og hvor meget?**
- **Hvordan og for hvad siger man tak i Danmark hhv. i Tyskland?**
- **Hvilke sproglige formuleringer kan man anvende i en sådan situation?**

Bibliografi

Arendt, Birte/Kiesendahl, Jana. 2013. Funktionale Angemessenheit. Gesprächs- und lehrwerksanalytische Perspektiven. In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes*. Heft 4, 336-355.

Candelier, Michel/Camilleri Grima, Antoinette/Castellotti, Véronique/de Pietro, Jean-François/Lőrincz, Ildikó/Meißner, Franz-Joseph/Schröder-Sura, Anna/Noguerol, Artur (unter Mitarbeit von Muriel Molinié). 2009. **REPA – Ein Referenzrahmen für plurale Ansätze zu Sprachen und Kulturen. Kompetenzen und Ressourcen.** Graz. http://archive.ecml.at/mtp2/publications/c4_Repa_090724_IDT.pdf. (letzter Abruf am 22. 06. 2015).

Europarat. 2001. **Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen: Lernen, lehren, beurteilen.** www.goethe.de/z/50/commeuro/i0.htm (letzter Abruf am 22. 06. 2015).

Glaboniat, Manuela/Perlmann-Balme, Michaela/Studer, Thomas. 2012. **Zertifikat B1. Deutschprüfung für Jugendliche und Erwachsene. Wortschatz, Strukturen.** München.

Kilian, Jörg. 2015. Von blonden Däninnen aus deutscher Sicht. Nationale Stereotype und didaktische Sprachkritik – ein Zwischenbericht aus einem laufenden Forschungsprojekt. In: Peschel, Corinna/Runschke, Kerstin (Hrsg.). **Sprachvariation und Sprachreflexion in interkulturellen Kontexten.** Frankfurt a.M. etc.

Kilian, Jörg/Niehr, Thomas/Schiewe, Jürgen. 2010. **Sprachkritik. Ansätze und Methoden der kritischen Sprachbetrachtung.** Berlin/New York.