

Örebro universitet
Institutionen för humaniora,
utbildnings- och samhällsvetenskap

Ett avgjort val?

– en retorisk analys av hur svenska lärosäten
övertygar om utbytesstudier

C-opsats
Retorik
Handledare: Brigitte Mral
Författare: Maria Backsell
VT2014

Abstract

Föreliggande uppsats avser analysera hur sex svenska lärosäten genom sina hemsidor söker övertyga de egna studenterna om att förlägga en del av sin studietid utomlands. Analysen intresserar sig för hur de retoriska bevismedlen *ethos*, *logos* och *pathos* används i argumentation, samt vilka topiker som används. De delar av respektive lärosätes hemsida som berör utbytesstudier har analyserats i text och bild. Analyserna visade att argumentation förekommer i liten utsträckning, och att ett tydligare fokus istället kunde urskiljas på det praktiska förfarandet för att söka utbytesstudier. Topiken *nytta* användes för att peka på hur utbytesstudier gynnar studenternas personliga utveckling och i kommande arbetsliv. Argumentation som byggde på lärosätenas kunnande, och kunde kopplas till topiken *anseende*, var vanligt förekommande, precis som topiken *historia/framtid* i form av reseberättelser av och intervjuer med tidigare utbytesstudenter.

Nyckelord: retorik, *pisteis*, topiker, utbytesstudier, internationalisering, högre utbildning

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND.....	2
1.2 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	3
2. TEORI	4
2.1 <i>PISTEIS – ETHOS, LOGOS & PATHOS</i>	4
2.1.1 <i>Ethos</i>	4
2.1.2 <i>Logos</i>	5
2.1.3 <i>Pathos</i>	6
2.2 VISUELL RETORIK.....	7
2.3 TOPIKER.....	8
2.4 TIDIGARE FORSKNING.....	10
3. MATERIAL	12
4. METOD	13
5. RESULTATREDOVISNING OCH ANALYS	15
5.1 HANDELSHÖGSKOLAN I STOCKHOLM.....	15
5.2 KUNGLIGA TEKNISKA HÖGSKOLAN	16
5.3 HÖGSKOLAN I JÖNKÖPING	21
5.4 HÖGSKOLAN VÄST	24
5.5 HÖGSKOLAN DALARNA.....	27
5.6 HÖGSKOLAN I GÄVLE	30
6. DISKUSSION OCH SLUTSATSER	33
7. SAMMANFATTNING	37
8. KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING	38
8.1 ANALYSMATERIAL	38
8.2 TRYCKTA KÄLLOR.....	40
8.3 OTRYCKTA KÄLLOR	40
BILAGOR	
BILAGA 1: STATISTIK FRÅN URANK	

1. Inledning

Internationalisering är ett begrepp som kan höras i många olika sammanhang och behandlar hur arbete som tidigare gjorts inom länder istället görs gränsöverskridande.¹ Den bakomliggande uppfattningen är att det gynnar och utvecklar alla inblandade parter att dela kunskap, erfarenheter och idéer med varandra. Universitet och högskolor arbetar med internationalisering bland annat genom att låta studenter förlägga en del av sin studietid vid partneruniversitet utomlands. Att prova på att verka i en internationell miljö anses vara en nödvändighet då många studenter kommer arbeta i internationella sammanhang under sina yrkesliv.²

Trots förtjänster med att studera utomlands är det dock inte nödvändigtvis enkelt att få studenterna att lämna sina hemuniversitet. Högskoleverket, numera Universitetskanslersämbetet, genomförde mellan 2001 och 2006 en kvalitetsgranskning av högre utbildning i Sverige och i slutrapporten lyftes bristen på internationalisering och svenska studenters låga deltagande i utbytesprogram fram som ett vanligt problem hos lärosätena.³ Också Högskoleverkets rapport *En högskola i världen – internationalisering för kvalitet* från 2008 tar upp ämnet och pekar på statistik som visar att antalet utresande studenter sjunker. Nyare statistik kan visa på en ökning av antalet utresande studenter, men den är svag. För universiteten är studenternas låga deltagande i utbytesprogram vanskligt, då flera lärosäten enligt rapporten *En högskola i världen – internationalisering för kvalitet* lyfter fram utbytesstudier som en av de viktigaste delarna i internationaliseringsarbetet.⁴ Lärosätena är med andra ord säkert mycket intresserade av att få studenterna att lämna tryggheten på sina hemuniversitet – men hur ska de gå tillväga?

¹ Nationalencyklopedin, "Internationalisering": <http://www.ne.se/internationalisering>. Hämtad: 2014-04-

² Universitets- och högskolerådet, "Internationellt": <http://www.uhr.se/sv/Internationellt/>. Senast uppdaterad: 2012-11-21. Hämtad: 2014-04-07.

³ Högskoleverket, "Hur har det gått? En slutrapport om Högskoleverkets kvalitetsgranskningar åren 2001-2006": <http://www.uk-ambetet.se/download/18.197ecc1140ee238b58ae5/0731R.pdf>. Hämtad: 2014-04-07, s. 86.

⁴ Högskoleverket, "En högskola i världen – internationalisering för kvalitet": <http://www.hsv.se/download/18.880c3ba1194d1b806c800027966/0815R.pdf>. Hämtad: 2014-04-07, s. 8.

1.1 Bakgrund

Föreliggande uppsats kommer studera och analysera hur några svenska lärosäten på sina hemsidor argumenterar för varför de egna studenterna bör studera utomlands. Man kan rimligtvis tänka sig att universitetens officiella hemsidor är en av de första platser en student söker sig till om denne är intresserad av utlandsstudier. Hemsidorna blir i så fall kanske studenternas första möte med vad det valet innebär, och ur universitetens synvinkel den kanske första chansen till att övertyga studenterna om att utbytesstudier är en god idé.

Den situation där universiteten står inför uppdraget att via sina hemsidor försöka övertyga studenter om att åka på utbytesstudier kan förklaras ur ett retoriskt perspektiv med hjälp av Lloyd F. Bitzers teorier om den retoriska situationen.⁵ För att en sådan situation ska uppstå krävs för det första ett påträngande problem, något som talaren⁶ söker lösa med hjälp av en retorisk handling. Nästa komponent är publiken, som endast kan kallas publik enligt Bitzers definition av begreppet om den har makt att helt eller delvis lösa situationens problem.⁷ Till varje situation finns också en uppsättning retoriska villkor, faktorer av olika slag som skapar ramar för talaren att förhålla sig till. Till de retoriska villkoren hör både de som talaren själv kan styra över genom sin användning av de retoriska bevismedlen *ethos*, *logos* och *pathos*, samt externa villkor som talaren inte kan styra över, men på något sätt måste förhålla sig till i sitt tal.⁸

Vad gäller lärosätenas hemsidor torde de egna studenterna kunna anses vara den retoriska publiken, eftersom det är dessa som har möjlighet att övertygas om att förlägga en del av sin utbildning utomlands, och på så vis lösa universitetens påträngande problem med att vilja öka antalet utresande studenter. Man kan tänka sig ett flertal retoriska villkor att förhålla sig till. Att kommunicera via en hemsida innebär exempelvis att kommunikationen mer kommer likna en monolog än en dialog, då avsändaren inte kan få någon direkt respons på hur mottagaren uppfattar och värderar budskapet. Det finns också begränsningar i utformningen av informationen, som ska gå i

⁵ Lloyd F. Bitzer, 1968, "The Rhetorical Situation" i *Philosophy and Rhetoric*. Volym 1, no. 1, s. 1-14.

⁶ I enlighet med klassisk retoriktradition används begreppet talare, som här dock också syftar till andra typer av avsändare av tal eller texter, exempelvis skribenter.

⁷ Bitzer, 1968, s. 6-8.

⁸ Jens Elmelund Kjeldsen, 2008, *Retorik idag: Introduktion till modern retorikteori*. Lund: Studentlitteratur, s. 92-93.

linje med utseendet på övriga delar av webbplatsen. Kommunikation via hemsida ger dock ett stort handlingsutrymme för hur man vill presentera sitt budskap: text, bild, ljud och rörlig bild är alla möjliga sätt att föra fram det man vill ha sagt. Studenterna måste själva aktivt söka sig till de delar som handlar om utbytesstudier, och informationen når därför kanske inte alla studenter som universitet vill komma åt. Fördelar med att informera via en hemsida är dock att publiken inte begränsas av tid och rum för när de vill ta emot budskapet, och kan också välja själva om de vill utforska allt som finns att läsa om utbytesstudier eller endast valda delar. Det studenterna är mest intresserade av kan de också gå tillbaka till och läsa igen. Hur lärosätena använder de retoriska villkor som de själva kan styra över är just vad den här uppsatsen ämnar undersöka.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med föreliggande uppsats är att undersöka på vilka sätt svenska lärosäten på sina hemsidor i text och bild söker övertyga de egna studenterna om att förlägga en del av sin utbildning till partneruniversitet utomlands. Två frågeställningar kommer vara vägledande i arbetet:

- Hur framträdande är respektive retoriskt bevismedel – *ethos, logos och pathos* – i argumentation i text och bilder?
- Vilka topiker kan identifieras i den argumentation som förs?

2. Teori

I följande avsnitt presenteras kort de mest framträdande teoretiska begrepp som ligger till grund för analysen av materialet. Tidigare forskning presenteras studier som på olika sätt berör temat utbytesstudier eller internationalisering.

2.1 *Pisteis – ethos, logos & pathos*

Aristoteles, som formulerade så mycket av den retoriska teori som använts genom historien, definierade retorik som en förmåga att i varje enskild situation söka finna det som där och då är bäst lämpat för att övertyga.⁹ Sedan Aristoteles tid har många retorikforskare gett sin definition av vad fältet innefattar, men ingen har lyckats bli så utbredd som Aristoteles. Inledningsvis handlade retoriken av förklarliga skäl om muntliga framföranden där talaren sökte övertyga, men sedan det blev möjligt att kommunicera via skrifter anses konsten innefatta också detta. Sättet på vilket man övertygar kan delas upp i tre olika bevismedel (*pisteis*); *ethos*, *logos* och *pathos*.¹⁰

2.1.1 *Ethos*

Ethos kommer ofta först i uppräknningen av de tre bevismedlen och det är ingen slump. För att låta sig övertygas av en talare och vad denne har att säga krävs först att det finns ett förtroende för talaren i fråga.¹¹ *Ethos* behandlar just de sätt på vilka talaren framställs som trovärdig.¹² Sätten att skapa förtroende på kan grovt delas in i tre kategorier: att visa på talarens goda karaktär (*arete*), dennes ämneskunnande (*fronesis*) och goda vilja gentemot publiken (*eunoia*).¹³ Ett argument baserat på *ethos* kan referera till talarens trovärdighet, men även stödja sig på det förtroende publiken känner för andra saker och människor. Att använda kända sportprofiler i reklamkampanjer, eller förespråka vissa levnadssätt genom att peka på texter i Bibeln som anses stödja påståendet, är exempel på argument där man använder sig av andras *ethos*.

Enligt en strikt aristotelisk definition av *ethos* är förtroende något som endast kan skapas under talets gång, utan någon som helst påverkan av publikens tidigare

⁹ Aristoteles, 2012, *Retoriken*. Ödåkra: Retorikförlaget, 1.2.1.

¹⁰ Ibid, 1.2.2-6.

¹¹ Andrea A. Lunsford & John J. Ruszkiewicz, 2010, *Everything's an argument* (5:e uppl.). Boston: Bedford/St. Martin's, s. 53, 56.

¹² Aristoteles, 2012, 1.2.4.

¹³ Janne Lindqvist Grinde, 2008, *Klassisk retorik för vår tid*. Lund: Studentlitteratur, s. 91.

uppfattningar om talaren.¹⁴ Med det här synsättet har alltså exempelvis en läkare och en butikschef på förhand samma förutsättningar för att övertyga sin publik om hälsoriskerna med rökning. Med ett sådant exempel i åtanke kan den aristoteliska definitionen lätt te sig lite omodern, och den här uppsatsen sluter sig därför till Ciceros definition av begreppet där publikens uppfattning av talaren baseras både på vad denne gjort innan taltillfället och gör under talets gång.¹⁵ Talaren bör därför skaffa sig en uppfattning om sitt anseende hos publiken – ett på förhand lågt *ethos* hos publiken kräver mer arbete för att få dess förtroende än vad som är fallet för en talare med högt *ethos*.¹⁶ För de lärosäten som nedan ska analyseras kan det med andra ord ge skilda utgångspunkter för hur argumentationen ska läggas upp. Har lärosätena ett lågt anseende i frågan bör de inleda med att mer ingående berätta för läsaren varför de är värda att lita på. I en jämförelse med ett lärosäte med högre *ethos*, exempelvis kommet ur en erkänt hög kvalitet på utbytesprogram, kan det senare lärosätet låta det vara underförstått att de är ett bra val vad gäller utbytesstudier.

2.1.2 Logos

Men för att övertyga krävs inte bara att publiken känner förtroende för avsändaren, denne måste också anföra goda skäl till att publiken ska hålla med talaren i sakfrågan. Om detta handlar det andra bevismedlet, *logos*, som Aristoteles definierade som att argumentera för det som är sant, eller åtminstone förefaller vara det.¹⁷ Här handlar det om de orsaker talaren kan peka på – logiska resonemang, exempel, jämförelser med liknande ting, slutsatser dragna av erfarenheter och annat som publiken själva kan kontrollera att det verkar rimligt. Till skillnad från vad filosofin godtar som legitima argument behöver alltså inte retoriska argument nödvändigtvis vara sanna, men däremot sannolika eller för det mesta gällande. Det är ju också på detta vis vi kommunicerar i vardagliga samtal, exempelvis genom att poängtera något med hjälp av en jämförelse med något annat.

När vi talar med varandra är det ju sällan, om ens någonsin, som vi behöver uttala alla delar av våra tankekedjor, men övertalning sker ändå. I de flesta fall räcker det säkert med att säga "Oj, vad varmt det är här inne" för att få någon att öppna ett fönster. Den

¹⁴ Aristoteles, 2012, 1.2.4.

¹⁵ Elmelund Kjeldsen, 2008, s. 126.

¹⁶ Lunsford & Ruszkiewicz, 2010, s. 56.

¹⁷ Aristoteles, 2012, 1.2.6.

här typen av delvis underförstådd argumentation kallade Aristoteles för *enthymem*¹⁸. Det mest intressanta för argument när vi ser på dem ur ett retoriskt perspektiv är alltså inte om de logiskt sett stämmer, utan hur väl de övertygar.¹⁹ Att till exempel argumentera för att åhöraren borde göra på ett visst sätt för att många andra gör så skulle inte hålla om vi talar om formell logik, men används trots det ofta i reklam.

2.1.3 *Pathos*

Om *logos*argument är inriktade på att tala till människors förnuftiga sidor, övertygar argument baserade på *pathos* genom att tala till åhörarnas känslor.²⁰ "Jag gör det här för att jag älskar dig" skulle därför klassificeras som ett *pathos*argument, då det inte manar till kritisk granskning av argumentets rimlighet. Precis som att *ethos* hamnar först i uppräkningsordningen av retoriska bevismedel, är det heller ingen slump att *pathos* här redogörs för som det sista av de tre bevismedlen. En talare kan anföra så många goda argument denne vill för att övertyga åhörarna om sin sak, men för att få dem att agera i linje med frågan är det nödvändigt att även deras känslor engageras.²¹ Också Aristoteles behandlar i *Retoriken* känslornas makt hos människor och menar att det är dessa som får oss att ändra uppfattning.²² Exempel på relationen mellan *logos*- och *pathos*argument ser vi ofta i annonser från välgörenhetsorganisationer, som kompletterar fakta om läget i krigsdrabbade områden med att visa bilder på drabbade människor på dessa platser.

De tre bevismedlen som kort redogjorts för ovan är beroende av varandra. Om avsändaren inte lyckas skapa förtroende kommer publiken troligtvis inte lyssna till de argument som ges för att hålla med talaren i sakfrågan. Vidare är saksak viktiga, men för att publiken ska ta nästa steg och handla i enlighet med dessa krävs också att talaren kan engagera åhörarnas känslor. Att ha med alla tre bevismedel i ett tal eller en text bör därför eftersträvas. Vad som däremot skiljer sig mellan olika typer av tal- och textsituationer är hur fördelningen mellan bevismedlen bör se ut.²³ Statliga utredningar bör givetvis ha en stark övervikt på *logos*argument, medan ett tal till brud och brudgum på ett bröllop antagligen blir mest uppskattat om det ger störst utrymme till rörande

¹⁸ Aristoteles, 2012, 1.1.11.

¹⁹ Elmelund Kjeldsen, 2008, s. 182.

²⁰ Lennart Hellspong, 2011, *Konsten att tala: handbok i praktisk retorik* (3:e uppl.). Lund: Studentlitteratur, s. 47.

²¹ Lunsford & Ruszkiewicz, 2010, s. 42.

²² Aristoteles, 2012, 2.1.8.

²³ Lindqvist Grinde, 2008, s. 57.

berättelser om brudparet. Vad gäller de hemsidor som den här uppsatsen ska analysera kan vi ställa oss frågan vad som är passande fördelning av argument baserade på *ethos*, *logos* och *pathos*. Anser avsändarna att det är allra viktigast att få sin publik att övertygas känslomässigt för att ta steget och söka utbytesstudier? Vill man främst visa på sitt eget och partneruniversitetens goda rykte? Eller söker man främst lista förnuftiga skäl till att studera utomlands?

2.2 Visuell retorik

Ovan har konstaterats att retoriken gått från att under antiken behandla muntliga framföranden till att även innefatta skriven kommunikation, men idag kan vi enkelt tänka oss en mängd situationer där övertygande sker med visuella medel. Av den anledningen kan vi tala om en visuell retorik. Visserligen kan vi även tala om en visuell retorik i fråga om klassisk retorik, men då avses främst hur talaren i sina muntliga framföranden förstärker ett verbalt budskap med visuella verktyg, till exempel sitt kroppsspråk.²⁴ När begreppet visuell retorik används i den här uppsatsen, görs det med den betydelse som är förhärskande i aktuell internationell retorikforskning, där visuella objekt kan stå som självständiga retoriska artefakter.²⁵

Ett modernt exempel på situationer där övertygande sker är genom bilder. Bör vi exempelvis inte se på en valaffisch på samma sätt som ett tal under politikerveckan i Almedalen i fråga om vilja att övertyga? Då den klassiska retoriken redan hade teorin och verktygen för att analysera vad som övertygar fungerar det också väl att vi använder det för att analysera övertygande i bilder. Retoriken förespråkar ju också att vara så åskådlig i sin kommunikation att man lyckas skapa mentala bilder hos åhörarna.²⁶ Bilder har en stark övertygande kraft, oavsett om de finns rent fysiskt eller skapas mentalt.²⁷

Bilder är ofta också framgångsrika som argument. En anledning till detta är att de inte alltid upplevs lika tydligt argumenterande som verbala argument, utan snarare tycks

²⁴ Brigitte Mral, Marie Gelang & Emelie Bröms, 2014, Kritisk retorikanalys: Text, bild, actio. Örebro (opublicerat manus), s. 50.

²⁵ Ibid, s. 51.

²⁶ Hellspong, 2011, s. 124.

²⁷ Mral, Gelang & Bröms, 2014, s. 52-53.

visa sanningen som den är.²⁸ Som åhörare är man därför ofta mer benägen att acceptera ett budskap presenterat genom en bild än genom ett verbalt framfört budskap. Att bilderna upplevs visa en sann verklighet gör att de också är enkla att ta till sig – publiken får ju bokstavligt talat *se* hur det ligger till.²⁹ I denna mening är bilder värdefulla för att uppfylla retorikens krav på *evidentia*, att göra sitt budskap åskådligt.³⁰

Teorin kring visuell retorik bygger i mycket på klassisk retorikteori. En bild kan både fungera som ett argument i sig själv och stödja argument som förmedlas verbalt eller i text, och vi kan precis som när vi analyserar tal och texter leta efter *ethos*-, *logos*-, och *pathos*argument i en bild. Då det material som ska analyseras i föreliggande studie består av både text och bild bör båda delar studeras. Kompletterar text och bild varandra eller är de motsägelsefulla? Framförs en viss typ av argument i visuella medel och en annan typ i text? Används bilder överhuvudtaget i ett argumenterande syfte? Den här typen av frågor kan vara intressanta att försöka besvara i en analys av lärosätenas hemsidor.

2.3 Topiker

Det grekiska ordet *topos* betyder plats eller ställe.³¹ Det råder viss oenighet i hur begreppet bör användas i en svensk översättning, men i denna text kommer singularformen *topik* användas likställt med grekiskans *topos*, och *topiker* användas som ordets pluralform.³² Inom retorisk teori har begreppet något av en metaforisk betydelse, som de platser vi i tanken kan gå till för att hitta inspiration och uppslag till tal och texter. *Topikerna* kan ses som en slags gemensam mötesplats för talare och publik. De kännetecknas av att vara så allmängiltiga att mottagarna kan känna igen och acceptera dem. Uttryckt i retoriska termer är *topiker* förankrade i *doxa*, alltså de föreställningar och försanthållanden som utgör publikens världsbild.³³

²⁸ Brigitte Mral & Henrik Olinder, 2011, *Bildens retorik i journalistiken*. Stockholm: Norstedts, s. 37.

²⁹ *Ibid*, s. 42.

³⁰ Elmelund Kjeldsen, 2008, s. 288.

³¹ Maria Wolrath Söderberg, 2012, *Topos som meningsskapare: retorikens topiska perspektiv på tänkande och lärande genom argumentation*. Ödåkra: Retorikförlaget, s. 14.

³² Också Lindqvist Grinde, 2008, använder sig av denna översättning, se främst kap. 7-8.

³³ Lindqvist Grinde, 2008, s. 48.

Topiker och läror om dessa har funnits med som en del av retorisk teori ända sedan de tidiga sofisterna.³⁴ Olika retoriker har haft sina egna tolkningar av vad begreppet innefattar och hur det bör tolkas, men som med så mycket av den retoriska teori vi använder idag har Aristoteles varit tongivande också vad gäller att utöka och utveckla topikläran, och det var också i Aristoteles topiklära som topikerna började användas som ett verktyg för att resonera sig fram till svar på frågor.³⁵ Retoriken har en naturlig plats för topiker, eftersom det är en disciplin som behandlar ämnen som anses ha flera olika svar.³⁶ Med andra ord, när vi pratar om sådant som inte har ett givet svar att finna i lagar och regler måste vi hitta andra typer av stöd för våra teser.³⁷ Topikläran blir ett sätt att undvika en ensidig argumentation, då den hjälper oss att hitta nya infallsvinklar på ett ämne.

Den klassiska retoriken listar flertalet allmängiltiga topiker, som kan användas oavsett vilken typ av tal det handlar om. Exempel på sådana topiker är att tala om *orsaker* till och *konsekvenser* av ämnet som behandlas. Att peka på sakfrågans *likheter* med något annat eller lyfta fram talarens *karaktär* är andra exempel på topiker som anses fungera i alla tal.³⁸ Dessutom finns genrespecifika topiker, som tillhör en av tre av den klassiska retorikens talgenrer: rådgivande tal, juridiska tal eller uppvisningstal.³⁹ Rådgivande tal behandlar frågor om framtiden, om att råda till eller avråda från att göra något.⁴⁰ De svenska lärosätenas försök att via sina hemsidor övertyga studenter om utbytesstudier får anses tillhöra den genren, som rimligtvis önskar råda läsaren till att söka utbytesstudier. Exempel på topiker tillhörande politiska tal är *nytta*, där talaren på olika sätt kan visa för åhörarna hur de vinner på att följa dennes uppmaning, och det *goda* som lyfter fram saken som osjälvisk eller altruistisk.⁴¹

³⁴ För en översiktlig genomgång av topikens roll hos flertalet retoriker under antiken, se Wolrath Söderberg, 2012, kap. 2.

³⁵ Ibid, s. 56-57.

³⁶ Aristoteles, 2012, 1.2.12.

³⁷ Wolrath Söderberg, 2012, s. 14.

³⁸ Lindqvist Grinde, 2008, presenterar ett urval av allmänna topiker från den klassiska retoriken, samt några moderna tillägg, i kap. 7.

³⁹ Aristoteles, 2012, 1.3.3.

⁴⁰ Lindqvist Grinde, 2008, s. 51.

⁴¹ Lindqvist Grinde, 2008, s. 162-163.

2.4 Tidigare forskning

Den som är intresserad av forskning om internationalisering har mest att hämta inom företagsekonomin. Ett vanligt tema är där problem och utmaningar med att etablera företag i nya delar av världen där en annan kultur råder.⁴² Internationalisering inom utbildningssektorn är ett inte fullt lika utforskat område, men ett gäng undantag står att finna. Martin Eriksson & David Kling-Wahlbys kandidatuppsats "Utlandsstudier: Ett år av kulturella värderingsförskjutningar?" från 2001 vid Högskolan i Halmstad, även den skriven ur ett företagsekonomiskt perspektiv, är ett av dessa undantag. Uppsatsen undersökte hur en grupp franska studenter upplevde att det påverkat dem att studera utomlands, med resultatet att studenterna kände sig närmare det egna landets kultur.⁴³

Andra studier hämtas från vitt skilda discipliner. Song-ee Ahns doktorsavhandling från Linköpings universitet 2007, "Ur kurs: Utbytesstudenters rörelser i tid och rum" utgår från *actor-network theory*, som menar att aktörer och nätverk samverkar i händelser, och att dessa inte kan separeras. Studien visade bland annat på att det inte enbart var upp till studenterna var de hamnade för sina utbytesstudier.⁴⁴ "Att se den egna verkligheten i ett globalt sammanhang genom Lärande i arbete (LIA) utomlands: Internationalisering ur ett studerandeperspektiv", skriven av Lena Flodin 2009 vid Stockholms universitet, undersökte med hjälp av intervjuer hur en grupp studenter upplevde sin tid före, under och efter studier utomlands.⁴⁵

"Internationella topoi i etern: En utbildningssociologisk studie av tankefigurer på webbplatser hos Stockholms gymnasieskolor", skriven 2014 vid Uppsala universitet av Josef Dahlberg, undersökte närvaron av ett internationellt perspektiv på 45 gymnasieskolors hemsidor. Studien undersökte också på vilket sätt nyttan av en internationell hållning framställs, och kom fram till att olika skolor lyfte fram olika aspekter av det globala samhället, aspekter som också gick i linje med skolornas

⁴² Digitala Vetenskapliga Arkivet, sökord "företagsekonomi", "internationalization": <http://www.diva-portal.org/smash/search.jsf>. Hämtad: 2014-05-22.

⁴³ Martin Eriksson & David Kling-Wahlby, 2001, "Utlandsstudier: Ett år av kulturella värderingsförskjutningar?". Kandidatuppsats, Högskolan i Halmstad.

⁴⁴ Song-ee Ahn, 2007, "Ur kurs: Utbytesstudenters rörelser i tid och rum". Doktorsavhandling, Linköpings universitet.

⁴⁵ Lena Flodin, 2009, "Att se den egna verkligheten i ett globalt sammanhang genom Lärande i arbete (LIA) utomlands: Internationalisering ur ett studerandeperspektiv". Kandidatuppsats, Stockholms universitet.

värderingar i övrigt.⁴⁶ Studien liknar till viss del föreliggande uppsats, genom att intressera sig för vilka teman som används på skolornas hemsidor. Studien värderade dock inte resultaten i fråga om hur hemsidorna fungerar i övertygande syfte.

Även om viss tidigare forskning gjorts på ämnet utbytesstudier och internationalisering inom utbildningssektorn verkar alltså ett tydligt retoriskt perspektiv fattas. Studier har kanske främst gjorts på hur utbytesstudier påverkar studenterna efter hemkomst, men inte på vad som får dem att välja utbytesstudier från första början. En del av denna forskningslucka önskar denna uppsats kunna fylla, genom att undersöka hur lärosäten söker övertyga sina studenter om att söka utbytesstudier. Fokus blir alltså inte nödvändigtvis på vad studenter själva anser mest övertygande, utan vilken typ av bevismedel och vilka temaområden lärosäten tror är de mest framgångsrika för att övertyga de egna studenterna om att förlägga en del av sin studietid utomlands.

⁴⁶ Josef Dahlberg, 2014, "Internationella topoi i etern: En utbildningssociologisk studie av tankefigurer på webbplatser hos Stockholms gymnasieskolor". Magisteruppsats, Uppsala universitet.

3. Material

Delar av de officiella hemsidorna tillhörande sex svenska lärosäten kommer i denna uppsats utgöra det studerade materialet: Handelshögskolan i Stockholm, Kungliga Tekniska Högskolan, Högskolan i Jönköping, Högskolan Väst, Högskolan Dalarna och Högskolan i Gävle. Uppsatsen kommer analysera de delar av respektive hemsida som rör praktik utomlands och utbytesstudier för utresande studenter. Länkar som leder till externa hemsidor omfattas inte av materialet, och inte heller delar som kräver att läsaren loggar in på ett användarkonto.

Lärosätena är utvalda för att de har högst respektive lägst andel studenter som väljer att studera utomlands. Handelshögskolan i Stockholm, Kungliga Tekniska Högskolan och Högskolan i Jönköping är de lärosäten där högst andel studenter studerar utomlands under minst en termin. Högskolan Väst, Högskolan Dalarna och Högskolan i Gävle utgör andra änden av skalan och har de tre lägsta noteringarna för andelen studenter som förlägger en del av sin utbildning på ett universitet utomlands. Statistiken hämtas från Urank, en oberoende organisation som varje år rangordnar svenska lärosäten.⁴⁷ En av de parametrar som används för att räkna fram totalpoängen är hur stor andel av de studenter som tar sin första examen vid ett lärosäte har studerat minst en termin utomlands.⁴⁸ Det är de högsta och lägsta procentuella andelarna som här använts för att välja ut lärosäten att studera.

Ingen hänsyn har tagits till omständigheter som skulle kunna spela in i respektive lärosätes placering i tabellen, till exempel om det finns obligatoriska utbytesstudier som höjer statistiken. Det huvudsakliga syftet med föreliggande uppsats är inte heller att se vilka skillnader som finns mellan hemsidorna tillhörande lärosäten med den högsta och den lägsta andelen studenter som studerat utomlands. Hemsidorna är givetvis inte det som självt avgör den saken, men kan ge en fingervisning om hur prioriterat området är av respektive lärosäte.

⁴⁷ Urank, "En presentation av Urank": http://www.urank.se/artiklar/?news_id=172&news_page=1. Hämtad: 2014-05-20.

⁴⁸ Se Bilaga 1.

4. Metod

Den metod som används för analysen är en hermeneutisk retorikanalys. En retorisk analys inleds vanligtvis med att leta efter texten eller talets tes.⁴⁹ Den här uppsatsen förutsätter att alla de studerade hemsidorna driver samma typ av tes, som kan formuleras i stil med "Studera utomlands via vårt lärosäte!". Det första egentliga steget i analyserna blir därför att identifiera vilken av de tre *pisteis* argumentationen kan kategoriseras in i. Därefter görs ytterligare en kategorisering av materialet, denna gång med syftet att undersöka vilka klassiska och moderna topiker argumenten kan kopplas till. De topiker som analyserna tar upp finns alla med i Janne Lindqvist Grindes översiktliga sammanställning av klassiska topiker, med Lindqvist Grindes egna moderna tillägg, i *Klassisk retorik för vår tid*.⁵⁰ Under kapitlet Diskussion och slutsatser presenteras och diskuteras resultaten, där resultat som återkommer i flera av analyserna ges störst utrymme.

Tolkningarna av vilken av de tre *pisteis* argumentationen tillhör samt vilka topiker argumentationen utgår från grundas i författarens tolkningar av materialet. Det är här analysens hermeneutiska utgångspunkt fyller sitt syfte, då hermeneutik är en lära som handlar om just olika tolkningar.⁵¹ Det görs alltså inga anspråk på att finna objektiva sanningar, utan hermeneutiken erkänner tvärtom att en person alltid utgår från sig själv och sina tidigare upplevelser när denne tolkar.⁵² De tolkningar som görs av analysresultaten i den här uppsatsen kommer oundvikligen influeras av författarens förförståelse. Exempelvis kan författarens befintliga uppfattningar om lärosätena och deras trovärdighet vara en faktor som spelar in i tolkningar av materialet. Det är därför viktigt att poängtera att ett arbete skrivet med ett hermeneutiskt tillvägagångssätt presenterar *ett* av flera sätt att förklara världen.⁵³ Givetvis gäller dock som för alla vetenskapliga texter att tolkningarnas rimlighet motiveras och stöds med hjälp av vad tidigare forskning har hittat.⁵⁴ Ett alternativt tillvägagångssätt vore att komplettera författarens tolkningar med utlåtanden från fokusgrupper för att se om liknande

⁴⁹ Lindqvist Grinde, 2008, s. 180.

⁵⁰ Lindqvist Grinde, 2008, kap. 7-8.

⁵¹ Per-Johan Ödman, 2007, *Tolkning, förståelse, vetande: hermeneutik i teori och praktik* (2:a uppl.). Stockholm: Norstedts akademiska förlag, s. 13.

⁵² *Ibid*, s. 14-15.

⁵³ *Ibid*, s. 14.

⁵⁴ *Ibid*, s. 71.

tolkningar återfinns även där. Det har av utrymmesmässiga skäl inte gjorts i den här studien, men kan vara intressant att använda sig av i kommande utforskningar av liknande material.

Både text och bild inkluderas i det studerade materialet. Vilken typ av retoriska bevismedel som används, och fördelningen mellan dessa, samt vilka topiker som används är de delar som kommer analyseras. Topikernas namn kursiveras i analyserna för att särskilja dem från när orden används i mer allmän betydelse. Då en typ av argument eller topik återkommer hos flera av de analyserade hemsidorna kommenteras dessa mest utförligt endast i analysen av den hemsida där argumentet eller topiken är mest framträdande. Visst extra fokus har lagts på de förstasidor besökarna kan klicka sig in till för delarna av respektive hemsida som handlar om utbytesstudier. Detta för att en inledning som väcker intresse anses vara nödvändig för att publiken ska fortsätta lyssna till texten eller talets huvudsakliga budskap.⁵⁵ Utöver förstasidorna ingår sedan alla underrubriker som berör området utbytesstudier på hemsidorna i det studerade materialet.

⁵⁵ Lindqvist Grinde, 2008, s. 202.

5. Resultatredovisning och analys

Analyserna presenteras nedan i fallande ordning efter sina resultat i rankningen, och de tre första analyserna behandlar alltså de lärosäten som har högst andel studenter som studerat utomlands. Både text och bild har studerats, och varje analys avslutas med en sammanfattning av uppsatsförfattarens övergripande intryck.

5.1 Handelshögskolan i Stockholm

På Handelshögskolan i Stockholms (HHS) webbplats finns tre sidor som behandlar utbytesstudier,⁵⁶ vilket gör materialet till det minst omfattande av de analyserade hemsidorna i den här studien. Förstasidan består av en kort text: rubrik, ingress och två stycken. Texten på sidan ändras automatiskt till engelska, som också är det enda tillgängliga språket för den här delen av hemsidan. Texten berättar bland annat att högskolan har avtal med många topprankade universitet och att de är medlemmar av framstående nätverk för utbyten. Eftersom den här informationen är den första som möter en läsare som klickat sig in till delen om utbytesstudier, kan vi anta att avsändaren anser den här informationen vara den som bäst fångar intresset. Framställningen av HHS som en aktör med flertalet prestigefyllda utbytesavtal står alltså i fokus inledningsvis, något som kan anses syfta till att stärka avsändarens *ethos* som en kunnig aktör (*fronesis*). Vidare används sedan fakta om hur många inkommande och utresande studenter HHS har. Siffrorna säger i sig inte så mycket om HHS har ett högt studentutbyte eller inte, eftersom de inte står i relation till något annat, men dess användande som ett argument kan kanske förstås med hjälp sin kontext. I hela stycket innan har HHS lyft fram sina omfattande avtal med toppuniversitet och namngivit framstående nätverk de är delaktiga i, så att en läsare värderar vad som kommer direkt efter, med de upplysningarna fortfarande i åtanke, är högst tänkbart. All fakta HHS presenterar gällande utbytesstudenter och utbytesavtal kan ses som tecken på att de är framgångsrika på området. En av Quintilianus topiker för att tala om en person är *anseende*.⁵⁷ Hur HHS på det här sättet framställer sig själva torde syfta till att visa på just gott anseende – ett lärosäte som många andra lärosäten vill göra avtal med och dit många studenter vill åka har rimligtvis ett allmänt gott rykte.

⁵⁶ Handelshögskolan i Stockholm, "Student Exchange Program": <http://www.hhs.se/Education/ISO/Pages/default.aspx>. Hämtad: 2014-05-20.

⁵⁷ Lindqvist Grinde, 2008, s. 134.

Förutom den första sidan besökaren kommer till finns också en sida med kontaktuppgifter till det kontor på Handelshögskolan som ansvarar för utbytesstudier. På den tredje sidan finns en stiliserad världskarta, där varje världsdel där HHS har partneruniversitet kan klickas på för att visa en lista över dessa. Listorna ger ingen annan information än namn på respektive universitet, om utbytet är på grund- eller avancerad nivå samt länkar till universiteten.

Hela Handelshögskolans webbplats går i blått, inkluderat rubriker och den stiliserade världskarta som leder vidare till listorna över HHS partneruniversitet. Blått är en färg som används för att ge intryck av seriositet och förtroende.⁵⁸ Bilder finns endast i liten omfattning i det studerade materialet, två stycken. På förstasidan finns en bild föreställande fyra unga människor som alla ler mot kameran. Bildens bakgrund säger inte så mycket om vilken miljö människorna befinner sig i. Den andra bilden återfinns på sidan med kontaktuppgifter och visar en blond kvinna bakifrån i oskärpa, som om hon är på väg bort ifrån den tunga, mörka trädörren med en stor dörrknackare i form av ett lejonhuvud som också syns på bilden. Ingen av de två bilderna upplevs vara kopplad specifikt till utbytesstudier, men passar väl in med den övriga visuella estetiken på sidan, som i sina blåa toner andas historia och tradition.

Ett sammanfattat intryck av materialet från HHS är att det är något distanserat. Inget direkt tilltal till läsaren används, endast en del av informationen är tillgänglig för alla, och de visuella medel som används ger en känsla av högtidlighet. Den topik som argumentationen hämtas från är framför allt *anseende*. HHS verkar i hög grad förlita sig till att ett förmodat högt anseende hos läsaren är tillräckligt för att övertyga om att de är ett bra val av högskola för utbytesstudier.

5.2 Kungliga Tekniska Högskolan

På Kungliga Tekniska Högskolans (KTH) hemsida finns två ingångar till de sidor som behandlar utbytesstudier. Det första⁵⁹ och det andra⁶⁰ alternativet ger startsidor med

⁵⁸ Mral & Olinder, 2011, s. 110.

⁵⁹ Kungliga Tekniska Högskolan, "Studera utomlands": <http://www.kth.se/utbildning/studier/studera-utomlands-1.340842>. Senast uppdaterad: 2013-10-25. Hämtad: 2014-05-20.

delvis olika information, men i övrigt leder menyerna till samma sidor. Det tidigare tillvägagångssättet innebär färre klick från förstasidan och är den sidan som här kommer kommenteras mer utförligt. Sidan inleds med en rubrik och en ingress som lyder:

Den främsta anledningen till att KTH vill att så många som möjligt ska studera utomlands är att arbetsgivare ofta söker personer med utlandserfarenhet och språkkunskaper. Utlandsstudier gör dig helt enkelt mer eftertraktad på arbetsmarknaden!⁶¹

Formuleringen i den första meningen gör tydligt att avsändaren, KTH, har studenternas bästa som sitt främsta intresse, och att det är för deras framtida karriärs skull som KTH uppmanar studenterna att studera utomlands. Argumentet visar på välvilja, den del av *ethos* som skapas genom att avsändaren visar sig vilja publikens bästa utan att vänta sig något tillbaka.⁶² Välvilja kan också användas som en topik. *Attityder* är en av de topiker som den romerska retorikern Quintilianus använde sig av. Till denna topik hör bland annat just vilken inställning talaren visar sig ha till sina åhörare.⁶³ Att visa sin välvilja är också viktigt för att uppfylla kravet på *delectare*, att i inledningen av ett tal ge publiken en känsla av välbehag för att få dem att vilja lyssna till vad talaren har att säga.⁶⁴

De skäl för att studera utomlands som ges i den fortsatta brödtexten på förstasidan kan kategoriseras in under alla de tre retoriska bevismedlen *ethos*, *logos* och *pathos*. Den första rubriken efter ingressen lyder "Förbättra dina chanser på arbetsmarknaden" och följs av några påståenden som förklarar på vilket sätt utbytesstudier gör just detta: "Svenska företag värderar ingenjörer med internationell erfarenhet och språkkunskaper mycket högt. Utlandsstudier ger dig både akademiska och personliga meriter, gör ditt CV mer attraktivt och dig själv mer konkurrenskraftig." Här har vi att göra med rationella skäl – *logosargument* – för utlandsstudier, som kan sammanfattas i rubrikens påstående att det förbättrar studentens ställning på en framtida arbetsmarknad. Argumenten kan

⁶⁰ Kungliga Tekniska Högskolan, "Studera utomlands!": <http://www.kth.se/student/program/utlandsstudier?programme=a&rs=true>. Senast uppdaterad: 2014-04-11. Hämtad: 2014-05-20.

⁶¹ Kungliga Tekniska Högskolan, "Studera utomlands": <http://www.kth.se/utbildning/studier/studera-utomlands-1.340842>. Senast uppdaterad: 2013-10-25. Hämtad: 2014-05-02.

⁶² Michael J. Hyde (red.), 2004, *The Ethos of Rhetoric*. Columbia, South Carolina: South Carolina University Press, s. 11-12.

⁶³ Lindqvist Grinde, 2008, s. 136-137.

⁶⁴ Lindqvist Grinde, 2008, s. 58.

tolkas som hämtade ur ett av de rådande talens genrespecifika topiker, *nytta*. *Nyttotopiken* används för att visa för publiken hur de på olika sätt tjänar på att göra så som talaren råder den till.⁶⁵ Vad en mer konkurrenskraftig position på arbetsmarknaden ger för nytta längre fram i livet får läsarna själva tolka och dra slutsatser om. Kanske handlar det om högre lön och bättre ekonomi, ett önskat jobb och hög status.

Vill läsaren kontrollera rimligheten i påståendet om att utbytesstudier hjälper studenter på arbetsmarknaden ges stöd för detta längre ned på samma sida under rubriken "Bra att veta". Där står att "över 60 % av de färdiga civilingenjörerna som studerat utomlands uppger att det har hjälpt dem till ett bättre jobb".⁶⁶ För att stärka sin egen trovärdighet kan en talare stödja sig på källor som i sin tur har en hög trovärdighet.⁶⁷ I det här fallet är det tidigare studenter som används för att förstärka trovärdigheten i det sagda, en grupp som torde ha hög trovärdighet i nuvarande studenters ögon.

Efter de *logos*betonade skälen ges därefter nästa argument: "Dessutom brukar utlandsstudierna vara det som man minns bäst från sina år som student." Ett av de rådgivande talens topiker är *lycka*, där talaren argumenterar för att saken i fråga kommer göra publiken lyckligare.⁶⁸ Ett argument, likt det ovan presenterade, som hävdar att publiken kommer få minnen för livet kan säkerligen av många läsare tolkas utifrån en lyckoaspekt. Att förmedla sitt budskap så att publiken engageras känslomässigt är vidare en förutsättning för att publiken också ska kunna agera i linje med det.⁶⁹ Här är det löftet om en upplevelse att minnas för livet som ska få studenterna att agera genom att söka utbytesstudier. Att anföra *pathos*argument skulle i det här sammanhanget alltså kunna vara den faktor som får studenter att gå från tanken om att utbytesstudier vore en bra ide till själva handlingen att starta ansökningsprocessen.

Budskapet om hur många universitet – och kvaliteten på dem – som KTH samarbetar med är ett flera gånger återkommande tema. "KTH samarbetar med mer än 250

⁶⁵ Lindqvist Grinde, 2008, s. 162-163.

⁶⁶ Kungliga Tekniska Högskolan, "Studera utomlands": <http://www.kth.se/utbildning/studier/studera-utomlands-1.340842>. Senast uppdaterad: 2013-10-25. Hämtad: 2014-06-04.

⁶⁷ Elmélund Kjeldsen, 2008, s. 138.

⁶⁸ Lindqvist Grinde, 2008, s. 162.

⁶⁹ Lunsford & Ruskiewicz, 2010, s. 41.

framstående tekniska universitet runt om i världen”,⁷⁰ ”KTH samarbetar med över 250 välrenommerade universitet världen över”,⁷¹ ”KTH har utbytesavtal med ett stort antal partneruniversitet, omkring 200 i Europa och nära 100 utanför Europa”⁷² och ”Dubbediplom eller Double Degree (DD) är en unik möjlighet för dig som civilingenjörstudent att få läsa en längre tid vid ett av KTH:s välrenommerade partneruniversitet”⁷³ är alla exempel hämtade från hemsidan. *Ethos*argumentationen riktad mot läsaren är så tydlig att den knappast behöver förklaras – när det kommer till utbytesstudier finns det få som kan mäta sig med det utbud KTH erbjuder.

Från förstasidan kan besökaren klicka sig vidare till reseberättelser skrivna av studenter som studerat utomlands tidigare terminer. En kort text väcker intresset för vidare läsning av de reseberättelser, indelade programvis, som besökaren kan klicka sig vidare till. Texten består av några frågor om olika resmål som avslutningsvis kommenteras med att läsaren kan få svar på dessa i de olika reseberättelser som finns. För att fånga publikens uppmärksamhet kan en talare exempelvis inleda med att bli personlig.⁷⁴ KTH adresserar frågor som kanske redan finns i läsarens huvuden, och det dialogiska tilltalet antyder att avsändaren och mottagaren redan har en pågående dialog, något som kan anses visa att de två känner varandra väl. Läsarna får sedan i slutet av den korta texten reda på var de kan rikta sin nyfikenhet, i upplysningen att svaren på frågorna finns i reseberättelserna. Frågorna är ställda på ett sådant sätt att de verkar besvara läsarens förutfattade meningar (”Funderar du på vilka kulturkrockar man kan förvänta sig som svensk i Kina? Om man måste ta bilen precis överallt i USA?”). Den klassiska retoriken menar att det stärker talarens *ethos* att lyfta fram eventuella invändningar för att visa att man är så inläst på ämnet att man redan haft dessa i åtanke.⁷⁵ Den dialogiska tonen i texten går i linje med det du-tilltal som nästan uteslutande används i övrigt i det studerade materialet på hemsidan.

⁷⁰ Kungliga Tekniska Högskolan, ”Studera utomlands”: <http://www.kth.se/utbildning/studier/studera-utomlands-1.340842>. Senast uppdaterad: 2013-10-25. Hämtad: 2014-05-26.

⁷¹ Kungliga Tekniska Högskolan, ”Utbytesstudier”: <http://www.kth.se/student/program/utlandsstudier/utbyte?programme=a>. Senast uppdaterad: 2014-01-13. Hämtad: 2014-05-26.

⁷² Ibid.

⁷³ Kungliga Tekniska Högskolan, ”Dubbediplomstudier utomlands!”: <http://www.kth.se/student/program/utlandsstudier/dd?programme=i>. Senast uppdaterad: 2012-01-05. Hämtad: 2014-05-26.

⁷⁴ Lindqvist Grinde, 2008, s. 203.

⁷⁵ Ibid, s. 217.

Förutom skrivna reseberättelser finns också videoklipp på samma tema. I intervjuerna, som är några minuter långa, berättar studenter på KTH om deras upplevelser av utbytesstudier. På en blogg lägger också nuvarande utbytesstudenter kontinuerligt lägger upp text och bilder från olika platser.⁷⁶ Bloggen blir en slags reseberättelse i realtid, där läsaren fortlöpande kan följa utbytesstudenternas vardag. Om de reseberättelser som skrivs eller filmas efter studietiden utomlands är slut handlar mer övergripande om vad studenterna läst för kurser och hur de trivts, finns i bloggen större möjligheter till att visa fler händelser ur den nya vardagen och att berätta mer ingående om exempelvis resor.

Bilderna som återfinns på de studerade sidorna följer alla samma tema och föreställer kända turistmål som Kinesiska muren och Triumfbågen och exotiska miljöer som en asiatisk matmarknad och afrikansk landsbygd. På sidan som leder till reseberättelserna finns till exempel en närbild av ett objekt i vitt kakel och mönstrad mosaik, en typ av arkitektur som för tankarna till Gaudís hus i Barcelona eller villor på grekiska öar. Bilden badar i mjukt ljus och steget är inte långt till att tänka sig en ljummen semesterkväll i södra Europa. Bilderna bör förstås som *pathosargument*, menade att väcka känslor av nyfikenhet och reslust hos läsaren. Kanske är det just detta som övertygar en del av läsarna, som påminns om tidigare resor, när de här får ett löfte om att få återuppleva liknande äventyr genom att söka utbytesstudier.

KTH ger sammanfattat ett gott intryck. Inledningsvis lyckas man förklara för läsaren både nyttan överlag med att studera utomlands, och motivera varför just KTH är ett speciellt bra val. Berättelser från tidigare studenter finns i stor utsträckning, presenterad på olikartade sätt. Argumentationen utgår från både *ethos-*, *logos-* och *pathosargument*, är hämtad från flera olika topiker, och delar av argumentationen ges stöd från tidigare studenter.

⁷⁶ Kungliga Tekniska Högskolan, "Utlandsbloggen": <http://www.kth.se/blogs/utland/>. Hämtad: 2014-05-25.

5.3 Högskolan i Jönköping

Avdelningen om utbytesstudier på Högskolan i Jönköpings (HJ) hemsida är uppbyggd så att en del av materialet riktar sig till alla studenter, oavsett studieinriktning. För detta finns tre rubriker; en övergripande, inledande sida, en sida med reseberättelser och en sida titulerad "Partneruniversitet".⁷⁷ De tre sidorna har gemensamt att de har en generell inledning eller en kort inledning om respektive fackhögskola som tillsammans utgör HJ. Därifrån kan läsaren klicka sig vidare till varje fackhögskola för att hitta mer som skrivits om utbytesstudier.

I den text som finns på förstasidan för utlandsstudier finns endast ett *pathosargument*: "Att förlägga en del av sin studietid i ett annat land är en värdefull erfarenhet vilka framtidsplaner man än har." I övrigt domineras texten av *ethosargumentation* som berättar om hur många partneruniversitet högskolan har och hur många studenter som varje år åker på utbytesstudier, något som kan tolkas som ett tecken på *fronesis*. Statistiken jämförs med genomsnittet för alla svenska lärosäten, och HJs siffra är 10 procentenheter högre än genomsnittet. Också ingressen utgör ett tydligt exempel på det fokus på *fronesis* som är signifikativt för Högskolan i Jönköping: "Högskolan i Jönköping är en av de främsta högskolorna i landet när det gäller internationellt studentutbyte och det finns goda möjligheter att studera utomlands."

Under rubriken "Partneruniversitet" finns dels länkar till fackhögskolornas listor över sina respektive partneruniversitet, dels en text som kort berättar om respektive fackhögskolas arbete med utbytesstudier. Att HJ har cirka 350 partneruniversitet och är en av de främsta i landet vad gäller studentutbyten får läsaren veta redan i ingressen. Argumentation i både ingress och brödtext bygger främst på Högskolan i Jönköpings *ethos* vad gäller internationellt arbete. HJ framstår onekligen som ett mycket gott val av lärosäte för den som är intresserad av utbytesstudier, och en sådan typ av argumentation har en i en tidigare analys beskrivits som möjlig att tolka utifrån topiken *anseende*. Även här kan ett liknande resonemang appliceras då HJ lyfter fram antalet partneruniversitet, som kan tolkas som att även utländska lärosäten anser HJ ha gott rykte. Man skulle också kunna tala om den jämförande topiken *gradskillnader*, som utgår

⁷⁷ Högskolan i Jönköping, "Studera utomlands": <http://hj.se/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-08. Hämtad: 2014-05-20.

från att saken i fråga på ett sätt eller annat är mer värd än andra saker.⁷⁸ Högskolan i Jönköping värderar själva att de är mer värda än de flesta andra lärosäten då de säger att de tillhör de främsta i landet på utbytesstudier.

Den tredje och sista sidan som är gemensam för alla, oavsett studieinriktning, tituleras "Reseberättelse: en investering i framtiden". Precis som sidan där läsaren kan klicka sig vidare till respektive fackhögskolas partneruniversitet, kan läsaren här klicka sig vidare för fler reseberättelser. De presenteras på flertalet olika sätt hos de olika fackhögskolorna, genom videoklipp, skrivna intervjuer och egenskrivna berättelser med eller utan bilder. Berättelser kan i vissa sammanhang vara övertygande, även om de inte bevisar något i en strikt logisk mening. Kraften i övertygandet ligger istället i att mottagaren kan känna igen sig i det berättelser avhandlar.⁷⁹ Högskolan i Jönköpings reseberättelser kan mycket väl vara en kontext där berättelser fungerar väl, eftersom mottagaren själv eventuellt kommer uppleva liknande händelser som de presenterade i reseberättelserna.

Reseberättelserna, som återfinns inte bara hos Högskolan i Jönköping, skulle kunna tolkas utifrån topiken *historia/framtid*. Oavsett om man väljer att se det som två topiker med en relation till varandra, eller som här, en och samma topik, kan den ge uppslag till argument som lyfter fram lärdomar av tidigare erfarenheter inför kommande händelser.⁸⁰ I lärosätenas fall är det tidigare studenter som delar med sig av sina erfarenheter, och kommande utbytesstudenter kan basera sina framtida val på dessa. På Högskolan i Jönköpings hemsida är topiken extra framträdande, både för att framtidsaspekten lyfts fram redan i sidans titel, och för att reseberättelserna är många i antal samt presenterade på flera olika sätt.

De fyra fackskolorna skiljer sig också vad gäller mängden material och i vilken utsträckning de argumenterar för utbytesstudier. Hälsö högskolan listar inledningsvis flera anledningar till att åka utomlands i punktform. Listan utgörs av *logosargument* ("Lära dig mer om internationella förhållanden och få ett annat perspektiv på utbildningen och ditt framtida yrke") och *pathosargument* ("Skapa ett internationellt

⁷⁸ Lindqvist Grinde, 2008, s. 144.

⁷⁹ Wolrath Söderberg, 2012, s. 179.

⁸⁰ Lindqvist Grinde, 2008, s. 150.

medvetande och en ökad förståelse för andra länder och deras kulturer”).⁸¹ På startsidan för Högskolan för lärande och kommunikation är det snarare fördelar med att studera utomlands via just dem som ligger i fokus:

Som student på HLK har du goda möjligheter att förlägga en del av din studietid utomlands. Du kan välja att studera utomlands vid något av våra 100 partneruniversitet, göra din verksamhetsförlagda utbildning i ett annat land och/eller skriva uppsats/examensarbete utomlands.⁸²

Tekniska högskolan har det mest omfattande materialet och ett något annorlunda perspektiv på sin startsida jämfört med de andra fackhögskolorna.⁸³ Nästan hela förstasidan listar sätt på vilka studenten kan få internationella erfarenheter på hemmaplan, till exempel genom internationella forskningsprojekt, kurser på engelska och utländska gästföreläsare. En tolkning av att Tekniska högskolan i stor utsträckning använder sig av *nyttotopiken* ligger därför nära till hands.

Internationella handelshögskolan är den av fackhögskolorna vars egna material är minst i omfång.⁸⁴ Argumentationen är uteslutande inriktad på *fronesis*, och efter rubriken ”Vi har den oöverträffat högsta andelen studentutbyte i Sverige och en av de högsta i världen!” följer ytterligare siffror om hur många partneruniversitet man har avtal med och hur många av de egna studenterna som åker utomlands för studier. Här tas också upp hur studenterna kan få internationella erfarenheter även på hemmaplan i Jönköping. Detta är något som alla fackhögskolor tar upp i någon mån, och internationalisering är också en uttalad profil hos Högskolan i Jönköping.⁸⁵

⁸¹ Högskolan i Jönköping, Hälsohögskolan, ”Studera utomlands”:

<http://hj.se/hhj/utbildning/internationalisering/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-30. Hämtad: 2014-05-26.

⁸² Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärande och kommunikation, ”Studera utomlands”:

<http://hj.se/hlk/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2013-11-13. Hämtad: 2014-05-26.

⁸³ Högskolan i Jönköping, Tekniska Högskolan, ”Studera utomlands”: <http://hj.se/jth/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2013-12-02. Hämtad: 2014-05-26.

⁸⁴ Högskolan i Jönköping, Internationella handelshögskolan, ”Internationalisering”: <http://hj.se/jibs/om-oss/internationalisering.html>. Senast uppdaterad: 2013-07-02. Hämtad: 2014-05-26.

⁸⁵ Högskolan i Jönköping, ”Om högskolan”: <http://hj.se/om-hogskolan.html>. Senast uppdaterad: 2014-03-26. Hämtad: 2014-05-18.

Några huvuddrag kan urskiljas i de bilder som finns på hemsidan. I stor utsträckning används bilder som på något sätt har en koppling till resande: närbilder på flaggor,⁸⁶ en glasglob i motljus,⁸⁷ och väggklockor som visar tider på olika platser runtom i världen.⁸⁸ Utöver detta finns också generiska bilder som snarare ser ut att vara hämtade från en allmän bildbank än tänkta att övertyga om utbytesstudier.

En sammanfattning av materialet från Högskolan i Jönköping är att fokus ligger på argumentation genom att lyfta fram *fronesis*, där högskolans många utbytesavtal och inresande och utresande studenter lyfts fram för att styrka påståendet om sin egen förträfflighet. Likt konstaterades i sammanfattningen för HHS förlitar sig Högskolan i Jönköping till att lyfta fram sin egen förträfflighet är tillräckligt för att övertyga, varför topiken *anseende* är framträdande. Andra topiker som används är *nytta* och *historia/framtid* genom reseberättelserna. De bilder som finns upplevs inte vara tänkta att bidra till att övertyga studenter om att söka utbytesstudier.

5.4 Högskolan Väst

Ingressen på förstasidan för utbytesstudier på Högskolan Västs hemsida listar två anledningar till varför en student bör studera utomlands: det innebär en merit i arbetslivet och personlig utveckling.⁸⁹ Det första argumentet presenteras med en försvagande styrkemarkör, då det står att internationella erfarenheter *kan* vara en merit i arbetslivet. I det andra argumentet är man mer bestämd och säger att det *är* utvecklade att leva och studera i ett annat land, lära sig ett nytt språk och knyta kontakter. Det senare argumentet som dominerar ingressen både i textutrymme och i bestämdhet fokuserar på hur studenten kan utvecklas som människa. Argumenten behöver i det här fallet inte nödvändigtvis kategoriseras in i endast en av de tre kategorierna för övertygande – att skaffa nya kunskaper och kontakter kan ju både vara personligt

⁸⁶ Högskolan i Jönköping, "Studera utomlands": <http://hj.se/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-08. Hämtad: 2014-05-20.

⁸⁷ Högskolan i Jönköping, Hälsohögskolan, "Studera utomlands": <http://hj.se/hhj/utbildning/internationalisering/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-30. Hämtad: 2014-05-20.

⁸⁸ Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärande och kommunikation, "Studera utomlands": <http://hj.se/hlk/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2013-11-13. Hämtad: 2014-05-20.

⁸⁹ Högskolan Väst, "Utlandsstudier/praktik": <http://www.hv.se/sv/utbildning/utlandsstudier-praktik>. Senast uppdaterad: 2014-01-20. Hämtad: 2014-05-20.

utvecklande och bra inför ett framtida yrkesliv, varför det är tänkbart att olika mottagare uppfattar argumenten som både *logos*- och *pathos*orienterade. Den topik som kanske ligger närmast för en tolkning av var argumenten grundar sig i är *nytt*. Enligt Högskolan Väst tjänar studenter både karriärmässigt och på ett personligt plan på utbytesstudier, och vi kan därför prata om två olika teman under *nytt*topiken som lyfts fram.

Det stycke som sedan följer är mer *ethos*inriktat, med en text som berättar om hur många utbytesavtal Högskolan Väst har och att de hela tiden arbetar för att skaffa nya samt förbättra redan befintliga avtal. Tidigt på förstasidan har avsändaren med andra ord använt sig av alla de tre retoriska bevismedlen i sina argument. Vad som sedan följer, i en relativt kort text, kan fungera som en slags intresseväckare för vidare läsning. Efter att inledningsvis ha gett argument till varför studenter bör åka utomlands, och varför de bör göra det med Högskolan Väst, berättas kort om hur studenten går tillväga för att söka utbytesstudier, och avslutningsvis var mer information finns att hitta. För det sistnämnda går en länk går till Högskolans Västs studentportal.⁹⁰ På denna första sida finns inga bilder, men två logotyper för de utbytesprogram högskolan är medlem i syns till höger på sidan. I alla fall den ena av logotyperna borde kännas igen av de allra flesta läsare, då logotypen för programmet för utbytesstudier inom Europa, Erasmus, är EU-flaggan. Studier har visat att mottagare bedömer ett budskap utifrån vilket *ethos* de anser talaren ha på förhand, och är mer benägna att acceptera budskap från någon de anser ha ett högt *ethos*.⁹¹ Även om studenterna som läser på Högskolan Västs hemsida kan ha olika inställning till EU, kan man i vilket fall mycket väl tänka sig att logotypen höjer *ethos* i det här sammanhanget. Med sin tydliga koppling till makt och officiella sammanhang fungerar den som en slags kvalitetsstämpel.

Under rubriken "Intervjuer" som läsaren kan klicka sig vidare till från förstasidan presenteras intervjuer med studenter som tidigare varit på utbyte med en varsin rubrik och en inledning. Endast en del av länkarna till de fullständiga intervjuerna fungerar. Till några av intervjuerna används en kort beskrivning av den student som intervjuats som

⁹⁰ Högskolan Väst studentportal, "Studera/praktisera utomlands":
<http://www.student.hv.se/sv/studier/studera-praktisera-utomlands>. Senaste uppdaterad: 2014-02-14.
 Hämtad: 2014-05-26.

⁹¹ Elmelund Kjeldsen, 2008, s. 134-135.

intresseväckare, till andra används ett citat ur intervjun. Citaten består uteslutande om studenternas positiva upplevelser av sina resor, alternativt om svårigheter som vänts till positiva upplevelser. En student säger: "Resan liknar inget vi tidigare gjort, men trots alla svårigheter och utmanande situationer var det ändå värt all ansträngning då vi har lärt känna en mängd underbara personligheter och varit med om en rad oförglömliga möten." En annan student säger kort och gott: "Det är det bästa jag någonsin har gjort!" Citaten utgör tydliga *pathosargument*, med starkt känsloladdade ord som berättar om omvälvande personliga upplevelser. Berättelser från tidigare utbytesstudenter har i en ovanstående analys kopplats till topiken *historia/framtid*, och även dessa berättelser i intervjuform kan tolkas som hämtade ur samma topik, där tidigare utbytesstudenter råder inför framtiden. Argumenten kommer dessutom från de som torde vara de mest trovärdiga i frågan – de som själva upplevt allt det de pratar om. På studentportalen finns ytterligare historier om utbytesstudier att ta del av, i form av videoinspelade föreläsningar hållna av tidigare utbytesstudenter. De många intervjuer och berättelser som finns att ta del av visar att det är många som har gott att berätta om sina utbytesstudier via Högskolan Väst, något som i sig kan ses som ett argument – det som gäller för så många andra bör ju rimligtvis också gälla för den enskilda läsaren.

Under rubriken "Partneruniversitet" kan läsaren söka efter vilka universitet Högskolan Väst har utbytesavtal med. Ett fotografi, med den egna rubriken "Utbyte till Peru" visar människor iklädda traditionella sydamerikanska kläder. Bilden är tagen utomhus bland gräs och stenar, och kvinnan i mitten av bilden ler mot kameran. Bildtexten säger oss att "Som student på Högskolan Väst kan man till exempel åka till Peru och studera. Vårt partneruniversitet Universidad San Ignacio de Loyola har campus i Cuzco och Lima." Stilfiguren *pars pro toto* betecknar formuleringar där en del får symbolisera en helhet.⁹² De kan användas för att konkretisera något som är för stort eller svårt att greppa.⁹³ Universitetet i Peru kan sägas stå som ett exempel på alla universitet Högskolan Västs studenter kan åka till. Det kan vara svårt att få en bild av livet på de olika universiteten när de bara syns som namn i en lista, men med den här bilden kan Högskolan Väst åskådliggöra partneruniversitetet genom att visa hur det kan se ut på ett utav dem.

⁹² Lindqvist Grinde, 2008, s. 265.

⁹³ Ibid, s. 263.

Materialet är klart textdominerat med visuella medel på några av de analyserade sidorna. De flesta av de bilder som finns skulle kunna vara tagna ur någons fotoalbum från den senaste semestern, med bilder på människor i förgrunden framför turistmål eller i exotiska miljöer. Några av bilderna, på den sida som berättar om universitetet i franska Valenciennes, visar både bilder i utomhusmiljö från universitets campus och ett foto av ett konstmuseum i staden. Museet är byggt i den typ av svulstig arkitektur som är vanlig i mitten av och södra Europa, och i texten nämns också att staden har en gammal historia. Kanske är bilderna ett försök att skapa en slags länk mellan något läsaren kan känna igen – livet på campus – med något mer ovanligt och spännande för att minska avståndet mellan de två.

Sammanfattningsvis kan sägas om Högskolan Västs hemsida att dess styrkor är att den täcker in fler olika typer av argument, bland annat genom olika teman under topiken *nytta*, och att de presenterar många intervjuer med tidigare utbytesstudenter samt bilder från ett av partneruniversitetet som visar vilka upplevelser studenten har att vänta. Att en del länkar till intervjuer inte fungerar, och att den senaste intervjun uppdaterades i december 2012, antyder att sidan är nedprioriterad och måste anses försämrade helhetsintrycket. Förutom dessa styrkor finns dessutom inte så mycket mer att lyfta fram, vilket gör att materialet kan upplevas som något tunt.

5.5 Högskolan Dalarna

Förstasidan på Högskolan Dalarnas (HDa) hemsida som handlar om utbytesstudier presenterar de olika val studenter som är intresserade av att åka utomlands under sin studietid har.⁹⁴ Den inledande texten berättar att högskolan "deltar i alla stora internationella utbytesprogram och har ett omfattande utbyte med många olika universitet". Därefter berättar korta texter under flera rubriker att det går att studera vid ett partneruniversitet och att göra praktik eller fältstudier. Argumentationen verkar främst syfta till att lyfta fram just HDa som ett bra hemuniversitet för den som är intresserad av utbytesstudier. Lärosätet presenteras som en högskola med mycket att erbjuda studenter i fråga om utlandsvistelse under studietiden, ett tydligt *ethosargument* med fokus på *fronesis*. Utöver detta finns längst ned på sidan en kort

⁹⁴ Högskolan Dalarna, "Studera eller praktisera utomlands": <http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/>. Senast uppdaterad: 2014-05-09. Hämtad: 2014-05-20.

uppmaning: "Ta chansen – studera utomlands du också!". Uppmaningen ges dock inga stödjande skäl.

Det studerade materialet från Högskolan Dalarna är i textmängd ett av de mer omfattande av de studerade lärosätena i den här studien. Ett definitivt fokus i texten kan urskiljas på informationsförmedling, och mindre tonvikt på explicita argument för att studera utomlands. Förutom det *ethos*argument, och uppmaningen att ta chansen att studera utomlands som nämnts ovan, finns mestadels fakta kring behörighet, ansökningsprocess, tillgodoräknande av kurser och annan praktisk information. Den som inte bestämt sig för att studera utomlands, och vill övertygas, har därför lite att hämta. Överlag kan sägas om den text som finns på högskolans hemsida om utlandsstudier är att den i större utsträckning besvarar frågor om vad som krävs för att kunna söka och hur man söker, samt vad som händer efter studietiden utomlands, än att besvara frågan varför studenten bör söka utbytesstudier.

En aspekt som särskiljer Högskolan Dalarna från de flesta av de andra analyserade lärosätena är att de inte har några reseberättelser eller intervjuer med studenter från det egna lärosätet som tidigare varit på utbyten. Däremot finns kortare intervjuer med studenter från andra länder som gör sina utbytesstudier vid Högskolan Dalarna. Studenterna presenteras med bild och några av dessa berättar om sina respektive hemstäder, men mestadels handlar texterna om varför de valt Sverige och Dalarna för sina utbytesstudier.

Texten skiftar vad gäller tilltal till läsaren. Ofta adresseras läsaren direkt, som i exemplen "Efter utbytesperioden får du ett studieintyg från partneruniversitetet"⁹⁵ och "Under din utbytesperiod är du försäkrad av Högskolan".⁹⁶ Det direkta tilltalet med "du" kännetecknar vardagliga samtal och ger därför texten en känsla av en informell dialog två bekanta emellan. Omväxlingsvis används istället "man". "Man" som pronomen refererar vanligtvis till en odefinierad grupp människor, något som ger texten en känsla av att ingen speciell person tilltalas direkt. Likt i en monolog säger texten det den vill

⁹⁵ Högskolan Dalarna, "Efter utlandsstudier – tillgodogöra poäng": <http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Nar-du-kommer-tillbaka/>. Senast uppdaterad: 2012-05-03. Hämtad: 2014-05-26.

⁹⁶ Högskolan Dalarna, "Försäkringar": <http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Lamna-in-en-ansokan/Forsakringar---Student-UT/>. Senast uppdaterad: 2014-03-27. Hämtad: 2014-05-26.

säga, och den som vill lyssna gör det. Vid andra tillfällen används ett mer indirekt tilltal, till exempel "ämna ta ut en examen"⁹⁷ och "för nominering ska sökande ha".⁹⁸ Den sistnämnda formen av tilltal återfinns knappast i vardagliga samtal, utan påminner snarare om den typ av byråkratisk text som hittas i lagtexter. Inkonsekvensen i hur läsaren tilltalas ger också en något ogenomtänkt känsla, där de olika sidorna för information, och argumentation i den mån det finns, inte upplevs vara skrivna för att höra ihop med varandra.

Totalt nio stycken bilder finns på sidor med information som riktar sig till alla intresserade studenter och här kommer sex av dessa analyseras kort. Två av bilderna föreställer dalahästar placerade i utomhusmiljö.⁹⁹ Bildtexten under respektive bild berättar för oss att platserna är Akureyri på Island respektive finska Uleåborg. Bilderna på dalahästarna skulle kunna ses som en slags *metonymi*, en retorisk stilfigur där ett ting får representera något annat det har en nära relation till.¹⁰⁰ Dalahästarnas uppenbara koppling till Dalarna gör att de följaktligen också har en relation till den högskola som finns i samma landskap. Eftersom bilderna återfinns just på högskolans egen hemsida i allmänhet, och de delar av den som behandlar utbytesstudier i synnerhet, bör det betyda att det är studenter vid HDa som fotograferat dalahästarna, en faktor som också kan fungera övertygande. När bilden visar en annan students (indirekta) närvaro på en avlägsen ort kanske tanken på en själv i samma situation inte känns så långt borta.

En annan bild porträtterar en å kantad av grönska i förgrunden, och en bro samt ljusblå himmel i bakgrunden.¹⁰¹ Bildtexten berättar att fotografiet föreställer Galway, Irland. Bilden liknar de vykort avbildande vackra miljöer som ofta finns att skicka hem från resedestinationer, en faktor man tänka sig ökar reslusten hos läsaren som kan drömma sig bort. Topiken *plats* är en av Ciceros topiker för att sätta in sakfrågan i ett sammanhang. *Platstopiken* ger upphov till argument baserade på bland annat den

⁹⁷ Högskolan Dalarna, "Behörighetskrav & urvalskriterier utbytesstudier": <http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/UT-behorighetskrav--urvalskriterier/>. Senast uppdaterad: 2014-03-15. Hämtad: 2014-05-26.

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹ Högskolan Dalarna, "Ansök om utlandsstudier": <http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Lamna-in-en-ansokan/>. Senast uppdaterad: 2014-02-27. Hämtad: 2014-05-26.

¹⁰⁰ Lindqvist Grinde, 2008, s. 259.

¹⁰¹ Högskolan Dalarna, "Erasmus – studier och praktik i Europa": <http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Erasmusstudier/>. Senast uppdaterad: 2014-04-13. Hämtad: 2014-05-26.

fysiska miljön, och talaren kan välja hur denne vill beskriva platsen.¹⁰² En bild är givetvis ett enkelt sätt att beskriva miljön. Bilden fungerar alltså som ett *pathosargument*, vars argumentation kan beskrivas som att väcka nyfikenheten till att se nya platser hos läsaren, eller påminna denne om känslor förknippade med tidigare resor.

På den sida som behandlar fältstudier utomlands finns tre bilder som alla är fotade med samma typ av estetik.¹⁰³ Den översta bilden föreställer berg och grönska i dimma. Bilden är oskarp och badar i ett ljus som ger en känsla av soluppgång eller solnedgång. Fotografiet går i gult och grönt, och det mjuka ljuset och dimman ger en känsla av mystik. Också dessa bilder går färgmässigt i naturliga toner av gult, grönt och brunt, och precis som den översta bilden är de något oskarpa. På en av bilderna sitter en färgad kvinna med ett spädbarn i sin famn och ett något äldre barn vid sina fötter. Kvinnans arbetar med sina händer någon slags skörd, utan några tekniska hjälpmedel, i en rural miljö. Miljön torde skilja sig markant från åskådarens vardag som student i en medelstor svensk stad, och andas genom sin oskarpa, färger och motiv exotism; en spännande plats långt borta.

Sammantaget är materialet från Högskolan Dalarna omfattande och har ett tydligt fokus på informationsförmedling. Vilket tilltal som används mot läsaren skiftar. Ibland används ett direkt du-tilltal som ger texten en känsla av dialog mellan avsändare och mottagare, medan ett mer distanserat byråkratiskt språk används på andra ställen. De bilder som finns skapar en känsla av exotism, och två bilder utmärker sig speciellt med två dalahästar i fokus som metonymiskt får representera resan från hemuniversitetet till destinationer längre bort.

5.6 Högskolan i Gävle

De delar av Högskolan i Gävles (HiG) officiella hemsida som behandlar utbytesstudier uppgår till fyra sidor: en första övergripande sida, en sida med information om fältstudier utomlands, en sida med information om utbytesstudier som söks utanför universitets ramar och en sida som listar praktisk information och de olika utbytesavtal

¹⁰² Lindqvist Grinde, 2008, s. 149.

¹⁰³ Högskolan Dalarna, "Minor Field Studies – stipendium för fältstudier":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Minor-Field-Studies/>. Senast uppdaterad: 2014-05-09.

Hämtad: 2014-05-26.

som finns.¹⁰⁴ I jämförelse med de andra hemsidorna i denna studie är materialet från HiG litet. Textmaterialet utgörs nästan uteslutande av information kring urval, ansökning, tillgodoräknande av kurser och annat praktiskt förfarande gällande utbytesstudier.

Argument till varför studenten bör göra utbytesstudier, både som ett generellt val och varför det bör göras via HiG, återfinns endast i liten skara på den övergripande förstasidan om utbytesstudier. Ingressen lyder där "Som student vid Högskolan i Gävle finns det många sätt att studera utomlands eller på andra sätt få internationella inslag under studietiden." Underförstått är att detta är något bra – om flertalet alternativ inte var något positivt skulle det antagligen inte heller ägnas utrymme i texten. Att mer är bättre än mindre (och fler bättre än färre, större i antal bättre än mindre i antal...) är ett vanligt tema inom den klassiska retorikens topik *gradskillnader* som är en jämförande och värderande topik.¹⁰⁵ Eftersom avsändaren utelämnar vad eller vem de jämför sig med bygger dock dess framgång på att läsarna själva fyller i resten av resonemanget som kan gå i stil med att "Andra lärosäten har få sätt på vilka det går att få internationell erfarenhet, och därför är vi som har många alternativ bättre än dem". I texten som följer ges exempel på de internationella inslagen: praktik, fältstudier och utbytesstudier via program. Ovanstående kan också ses som ett första sätt att skapa förtroende genom *fronesis* – HiG framställer sig som en högskola med flertalet alternativ att välja på för studenter intresserade av att åka utomlands.

Språket i den brödtext som följer ingressen är okomplicerat och skulle kunna beskrivas som berättande. Texten återger hur andra studenter brukar göra med sin tid utomlands, och fältstudier och praktik är exempel som nämns. De olika alternativen beskrivs just som studenternas egna val, och högskolans egen inblandning i dem märks inte i det här inledande stycket. Kanske är det ett försök att skapa välvilja, *eunoia*, genom att inte låta sina egen intressen synas, utan istället fokusera på läsarens intressen. En friställd mening avslutar sedan den här delen av sidan innan nästa rubrik tar vid, som proklamerar angående de val studenten har: "Vilket sätt du än väljer kommer du garanterat få en mängd intressanta och spännande erfarenheter!" Kanske är det här

¹⁰⁴ Högskolan i Gävle, "Studera utomlands": <http://www.hig.se/Ext/Sv/Utbildning/Student/Studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-29. Hämtad: 2014-05-20.

¹⁰⁵ Lindqvist Grinde, 2008, s. 144-146.

mest lämpat att tala om att HiG använder topiken *ändamål*, eftersom fokus ligger på de påstått goda effekterna av utbytesstudier, snarare än upplevelsen i sig. Värt att poängtera är dock också att läsare också skulle kunna tolka argumenten som hämtat ur den *nyttotopik* som nämnt i flera ovanstående analyser. Påståendet appellerar uppenbart till känslorna hos läsaren, som nu kan börja tänka på vilka händelser just denne skulle få uppleva. Påståendet bör också förstås i sin kontext som en fortsättning av stycket ovan där avsändaren visar på sin välvilja gentemot läsaren. Återigen visar HiG att det viktigaste inte är vilket val som görs, utan att det gör läsaren nöjd.

Något som särskiljer HiG från de andra hemsidor som studerats är att det inte finns några bilder eller annat visuellt material på någon av sidorna. Som har diskuterats i teorikapitlet kring visuell retorik är bilder effektiva som argument eftersom de upplevs visa en sann verklighet i större utsträckning än vad verbala argument lyckas göra.¹⁰⁶ Att använda bilder som känslengagerande *pathosargument* har också tidigare lyfts fram som effektivt i övertygande syfte, något som HiG alltså går miste om. Avsaknaden av bilder skulle kunna kompenseras av ett språk som skapar bilder i läsarnas huvuden, till exempel av hur en vardag på ett universitet långt borta vore mycket mer spännande än den på Högskolan i Gävle. I HiGs fall är texten, som redan nämnts, främst informerande snarare än argumenterande till sin karaktär, vilken inte är en typ av språk som är speciellt bra lämpat för att framkalla mentala bilder. Även detta går alltså Högskolan i Gävle miste om.

Det lilla materialet och avsaknaden av bilder är signifikativt för Högskolan i Gävles hemsida om utbytesstudier. Enstaka *ethos*- och *pathosargument* används, i övrigt domineras texten av praktisk information. Avdelningen om utbytesstudier erbjuder inte speciellt mycket mer än så och upplevs närmast pliktskyldigt producerad.

¹⁰⁶ Mral & Olinder, 2011, s. 37.

6. Diskussion och slutsatser

Ur en klassisk retorisk synpunkt finns stora brister i de hemsidor som utgör det studerade materialet. Framför allt består bristerna i att det inte i någon större utsträckning finns tydlig argumentation i text och bild som besvarar för studenterna varför de bör välja utbytesstudier. Stort utrymme ges ofta till praktiskt förfarande och svar på frågor som vem som kan söka utbytesstudier, när ansökningar ska skickas in och hur poängen tillgodoräknas efter hemkomst. Visst skulle man med lite god vilja kunna se också detta som en slags *ethos*argumentation – välj oss, för vi är ett lärosäte med stor kunskap om hur det fungerar att studera utomlands – men en sådan argumentation förutsätter att läsaren redan övertygats om att studera utomlands.

Den argumentation som finns är dessutom ibland något ensidig, med en övervikt på ett av de tre retoriska bevismedlen. Handelshögskolan i Stockholm exempelvis fokuserar främst på sitt eget *ethos* genom att berätta om utbytesavtal med välrenommerade universitet och antalet studenter som åker på utbytesstudier. *Fronesis* är med andra ord den mest framträdande dimension av *ethos*. Och det är onekligen en imponerande lista de visar upp med högt ansedda partneruniversitet – borde inte det vara nog för att övertyga studenter som redan studerar vid ett av de bättre rankade lärosätena? En sådan invändning är förståelig, men baseras på uppfattningen att man antingen kan göra förnuftiga val eller känslomässiga val. På den punkten är klassisk retorik och modern kognitionsvetenskap överens – så enkel är inte uppdelningen, utan tankar och känslor är tätt förknippade med och påverkar varandra.¹⁰⁷ Mer rationella skäl kan påverka publiken i viss mån, men det är i slutändan känslorna som bestämmer över vad vi vill göra, tycka eller engagera oss i.¹⁰⁸ Det finns en skillnad i vad man kanske tycker att man borde känna, och vad man faktiskt känner.

Bristen på argumentation, och speciellt allsidig sådan, lämnar den som står i valet och kvalet mellan att söka utbytesstudier eller inte lite därhän. Den klassiska retoriken förespråkar ju, som ovan nämnts, att alla tre bevismedel finns med i ett tal eller en text, även om vad som är en passande fördelning mellan de tre varierar beroende på sammanhanget. Att *pathos*argumentation på de studerade hemsidorna tillåts litet

¹⁰⁷ Elmelund Kjeldsen, 2008, s. 333.

¹⁰⁸ Lindqvist Grinde, 2008, s. 80.

utrymme är potentiellt problematiskt eftersom känslornas betydelse i en övertygelseprocess – åtminstone inom retoriken – är väl erkänd. Känslomässigt engagemang har ovan nämnts som vitalt för att gå från att vara övertygad i tanken till att handla i linje med övertygelsen. För lärosätena torde det därför vara av största intresse att säkerställa att studenterna inte bara tycker att det låter spännande med utbytesstudier, utan också blir så övertygade om att vilja studera utomlands att de sätter igång ansökningsprocessen.

För att lyfta fram ett gott exempel där *pathosargument* ändå används bör reseberättelserna nämnas. Fyra av sex studerade hemsidor visade intervjuer med eller reseberättelser skrivna av tidigare utbytesstudenter. Dessa var främst *pathosinriktade*, och tog ofta upp studenternas egna positiva upplevelser av utbytesstudier, och studenterna talade ofta om studietiden utomlands som en både rolig och utvecklande tid. Tidigare studenter torde ju också, som nämnts ovan, ha ett högt *ethos* i nuvarande studenters ögon, eftersom de själva upplevt det de talar om. Reseberättelser och intervjuer med tidigare utbytesstudenter har visat sig vara ett effektivt sätt att visa upp livet som utbytesstudent.

Också det visuella material som stått att finna på hemsidorna, som visserligen varierat i omfattning, har främst varit *pathosbetonat*. Ofta har bilder använts som föreställer kända turistdestinationer eller vackra vyer från exotiska platser, likt den typ av bilder man kan finna i resekataloger och fotoalbum. Undantag finns givetvis, med bilder som till exempel visar livet på campus i den nya staden. Det har konstaterats positivt att bilderna kan hjälpa till med att väcka känslor som reslust och nyfikenhet hos läsaren. Den här typen av bilders närvaro på hemsidorna kan dock också problematiseras i sina relationer till den text som finns i nära anslutning till bilderna. I text berättas ju vid flertalet tillfällen om betydande och intressanta utbytesavtal, men i bild dominerar exotiska turistmål. Bilderna torde då antyda att det inte bara är hög kvalitet på studierna som lockar utan också var man hamnar och vad som där finns att utforska, men sådana uttryck är inte lika tydliga i den argumentation som förs i text. Vi kan alltså se att text och bild i det här avseendet för två argumentationslinjer som inte är helt samstämmiga.

Det finns en stor outnyttjad potential i användandet av bilder som argument på lärosätenas hemsidor, och bilderna bör kunna ha en större bredd i vilka sidor de visar upp samt vara fler i antal. Att Högskolan i Gävle inte använder sig av bilder överhuvudtaget måste ses som mycket problematiskt ur retorisk synpunkt, och får avsluta diskussionen om visuella medel på de analyserade hemsidorna.

I och med att hemsidorna inte varit argumenterade i lika stor utsträckning som informerande har inte heller någon större mängd återkommande topiker kunnat identifieras. De få som finns kännetecknas dock av att de kan hittas hos alla eller nästan alla lärosäten. Reseberättelser skrivna av eller intervjuer med tidigare utbytesstudenter användes av de flesta lärosäten, hos vissa i stor omfattning, och har kopplats till topiken *historia/framtid*. *Nytta*, som tar sig uttryck i de fördelar utbytesstudier ger inför kommande arbetsliv är ytterligare ett exempel på en återkommande topik. Att det uppskattas av arbetsgivare, är en extra merit, bra att ha på sitt CV är typer av formuleringar som alla kan kopplas till topiken. Till *nyttotopik* kan också räknas utbytesstudiers betydelse för den personliga utvecklingen; att utlandsstudier innebär en lärarrik tid som ger goda erfarenheter. Detta tema togs upp i något mindre utsträckning. Den vanligaste topiken tillhörande *ethosargumentation* var *anseende*; att lyfta fram det egna lärosätets förträfflighet genom att berätta om hur många och hur bra avtal de har med utländska partneruniversitet. Några av de studerade hemsidorna argumenterade nästan uteslutande ifrån det sistnämnda perspektivet. Sammantaget är hemsidorna klart dominerade av text, men i de visuella medel som fanns var mycket vanligt att lyfta fram den utländska studieorten som en resedestination, med bilder på kända turistmål eller exotiska miljöer. Som konstaterats i teoriavsnittet om topiker visar en bredd på varifrån argumenten hämtas att avsändaren lyckats hitta skäl som kan tilltala så många mottagare som möjligt. Det lilla utbudet av olika topiker i det studerade materialet bör med andra ord ses som en brist hos hemsidorna i studien.

Utifrån den här studiens resultat går det inte att dra några slutsatser om att lärosäten med en högre andel studenter som studerat utomlands skulle vara bättre än andra på att argumentera för utbytesstudier på sina hemsidor. Av de sex studerade hemsidorna får endast Kungliga Tekniska Högskolan ett gott betyg. På förstasidan finns där *ethos-*, *logos-*, och *pathosargument*, och sidan utgör ett bra exempel på hur alla typer av

retoriska bevismedel kan vara närvarande, så som retoriken förespråkar. Det finns en bredd i den argumentation som används, tilltalet är personligt och man använder sig av både fotografier och rörlig bild som visuellt material. Kort sagt finns mycket att tilltalas och övertygas av på hemsidan. Ingen av de andra studerade hemsidorna, oavsett om de har en hög eller låg andel utbytesstudenter, är lika tilltalande ur ett retoriskt perspektiv.

De analyserade hemsidorna har inte haft ett så tydligt fokus på övertygande argument som antogs vid starten av uppsatsförfattandet. Det här konstaterandet utgör en intressant startpunkt för en diskussion kring vad det kan bero på. Den stora bristen på argument kan givetvis bero på flertalet olika faktorer, och skilja sig mellan lärosätena. Brist på tid, resurser och kunskap är lika tänkbara förslag som att det skulle kunna bero på ett aktivt val. Om det är ett aktivt val att fokusera på information före argumentation kan man fundera över vad som i så fall är syftet med hemsidorna. Är det i själva verket något annat de söker övertyga om – och i så fall vad?

Eller tyder bristen på argumentation att universiteten inte anser sina hemsidor vara en plats för att försöka övertyga studenter? Räknar lärosätena med att de läsare som aktivt tagit sig till hemsidorna har gjort det för att de redan är helt övertygade om att de vill studera utomlands, och endast behöver veta mer om hur det går till? Är detta i så fall ett felaktigt antagande av lärosätena eller är det faktiskt så att övertygandet främst sker i andra sammanhang? Frågorna är många och skulle mycket väl kunna stå till grund för fortsatta studier i ämnet.

I utvärderingen av den här uppsatsens resultat bör dock tas i beaktning att det är en liten studie som begränsats till författarens egna tolkningar av materialet. Eftersom ett liknande material enligt vad författaren lyckats utröna inte studerats på det här sättet tidigare, bör resultaten ses som en vägvisare för ytterligare intressanta forskningsfrågor. Det skulle säkerligen vara intressant att undersöka vad det är som övertygar om utbytesstudier, förslagsvis utifrån intervjuer från studenter som åker på utbyte respektive låter bli, och jämföra resultaten med den här analysen av sex svenska lärosätens hemsidor. Om valet att studera utomlands redan är gjort när studenterna letat sig in till hemsidornas avdelningar om utbytesstudier – i vilka sammanhang ska lärosätena hitta och försöka övertyga de som ännu inte gjort sitt val?

7. Sammanfattning

Internationalisering är ett viktigt mål att arbeta mot för universitet och högskolor, samtidigt som studenter endast verkar vara måttligt intresserade av att söka utbytesstudier. Mot bakgrund av detta har den här uppsatsen analyserat hemsidor tillhörande sex svenska lärosäten och dess avdelningar för utbytesstudier. Syftet med studien har varit att undersöka på vilka sätt svenska lärosäten i text och bild på sina hemsidor söker övertyga de egna studenterna om att förlägga en del av sin utbildning till partneruniversitet utomlands. Två frågeställningar har varit vägledande i arbetet:

- Hur framträdande är respektive retoriskt bevismedel – *ethos*, *logos* och *pathos* – i argumentation i text och bilder?
- Vilka topiker kan identifieras i den argumentation som förs?

Klassisk retorikteori om bevismedlen *ethos*, *logos* och *pathos*, och om topiker har använts, liksom modernare retorikteori om visuell retorik. Materialet bestod av avsnitt om utbytesstudier på de officiella hemsidorna tillhörande sex svenska lärosäten. De utvalda lärosätena har de tre högsta respektive tre lägsta procentuella antalen utresande utbytesstudenter på svenska universitet och högskolor. Materialet analyserades utifrån en hermeneutisk retorikanalys baserad på författarens tolkningar.

Analysen av materialet visade att lärosätena endast i liten utsträckning argumenterade för utbytesstudier till förmån för informationsförmedling om det praktiska förfarandet med att söka utbytesstudier. Den argumentation som fanns var ofta något ensidig, framför allt gällande de lärosäten som nästan uteslutande valde att bygga argumentationen på sitt eget *ethos*. Författaren ansåg visuella element vara en resurs med outnyttjad potential i arbetet med att bygga en mer mångsidig argumentation.

Ett fåtal återkommande topiker som användes för att argumentera för utbytesstudier kunde identifieras, så som *anseende*, *nytta* och *historia/framtid*. Författaren efterfrågade avslutningsvis både en större bredd i vilka topiker som används och mer forskning i ämnet på vad som övertygar studenter att söka utbytesstudier samt i vilka sammanhang övertygandet sker.

8. Käll- och litteraturförteckning

8.1 Analysmaterial

Handelshögskolan i Stockholm, "Student Exchange Program":

<http://www.hhs.se/Education/ISO/Pages/default.aspx>. Hämtad: 2014-05-20.

Högskolan Dalarna, "Ansök om utlandsstudier":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Lamna-in-en-ansokan/>. Senast uppdaterad: 2014-02-27. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan Dalarna, "Behörighetskrav & urvalskriterier utbytesstudier":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/UT-behorighetskrav--urvalskriterier/>. Senast uppdaterad: 2014-03-15. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan Dalarna, "Efter utlandsstudier – tillgodogöra poäng":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Nar-du-kommer-tillbaka/>. Senast uppdaterad: 2012-05-03. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan Dalarna, "Erasmus – studier och praktik i Europa":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Erasmusstudier/>. Senast uppdaterad: 2014-04-13. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan Dalarna, "Försäkringar":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Lamna-in-en-ansokan/Forsakringar---Student-UT/>. Senast uppdaterad: 2014-03-27. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan Dalarna, "Minor Field Studies – stipendium för fältstudier":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/Minor-Field-Studies/>. Senast uppdaterad: 2014-05-09. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan Dalarna, "Studera eller praktisera utomlands":

<http://www.du.se/sv/Student/Utlandsstudier/>. Senast uppdaterad: 2014-05-09. Hämtad: 2014-05-20.

Högskolan i Gävle, "Studera utomlands":

<http://www.hig.se/Ext/Sv/Utbildning/Student/Studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-29. Hämtad: 2014-05-20.

Högskolan i Jönköping, "Studera utomlands": <http://hj.se/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-08. Hämtad: 2014-05-20.

Högskolan i Jönköping, Hälsohögskolan, "Studera utomlands":

<http://hj.se/hhj/utbildning/internationalisering/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2014-04-30. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärande och kommunikation, "Studera utomlands": <http://hj.se/hlk/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2013-11-13. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan i Jönköping, Internationella handelshögskolan, "Internationalisering": <http://hj.se/jibs/om-oss/internationalisering.html>. Senast uppdaterad: 2013-07-02. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan i Jönköping, Tekniska Högskolan, "Studera utomlands": <http://hj.se/jth/utbildning/studera-utomlands.html>. Senast uppdaterad: 2013-12-02. Hämtad: 2014-05-26.

Högskolan Väst, "Utlandsstudier/praktik": <http://www.hv.se/sv/utbildning/utlandsstudier-praktik>. Senast uppdaterad: 2014-01-20. Hämtad: 2014-05-20.

Högskolan Väst studentportal, "Studera/praktisera utomlands": <http://www.student.hv.se/sv/studier/studera-praktisera-utomlands>. Senaste uppdaterad: 2014-02-14. Hämtad: 2014-05-26.

Kungliga Tekniska Högskolan, "Dubbel diplomstudier utomlands!": <http://www.kth.se/student/program/utlandsstudier/dd?programme=i>. Senast uppdaterad: 2012-01-05. Hämtad: 2014-05-26.

Kungliga Tekniska Högskolan, "Studera utomlands": <http://www.kth.se/utbildning/studier/studera-utomlands-1.340842>. Senast uppdaterad: 2013-10-25. Hämtad: 2014-05-20.

Kungliga Tekniska Högskolan, "Studera utomlands!": <http://www.kth.se/student/program/utlandsstudier?programme=a&rs=true>. Senast uppdaterad: 2014-04-11. Hämtad: 2014-05-20.

Kungliga Tekniska Högskolan, "Utbytesstudier": <http://www.kth.se/student/program/utlandsstudier/utbyte?programme=a>. Senast uppdaterad: 2014-01-13. Hämtad: 2014-05-26.

Kungliga Tekniska Högskolan, "Utlandsbloggen": <http://www.kth.se/blogs/utland/>. Hämtad: 2014-05-25.

8.2 Tryckta källor

- Aristoteles, 2012, *Retoriken*. Ödåkra: Retorikförlaget.
- Bitzer, Lloyd F., 1968, "The Rhetorical Situation" i *Philosophy & Rhetoric*. Volym 1, no. 1, s. 1-14.
- Elmelund Kjeldsen, Jens, 2008, *Retorik idag: Introduktion till modern retorikteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Hellspong, Lennart, 2011, *Konsten att tala: handbok i praktisk retorik* (3:e uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Hyde, Michael J. (red.), 2004, *The Ethos of Rhetoric*. Columbia, South Carolina: South Carolina University Press.
- Lindqvist Grinde, Janne, 2008, *Klassisk retorik för vår tid*. Lund: Studentlitteratur.
- Lunsford, Andrea A. & Ruskiewicz, John J., 2010, *Everything's an argument* (5:e uppl.). Boston: Bedford/St. Martin's.
- Mral, Brigitte, Gelang, Marie & Bröms, Emelie, 2014, *Kritisk retorikanalys: Text, bild, actio*. Örebro (opublicerat manus).
- Mral, Brigitte & Olinder, Henrik, 2011, *Bildens retorik i journalistiken*. Stockholm: Norstedts.
- Wolrath Söderberg, Maria, 2012, *Topos som meningsskapare: retorikens topiska perspektiv på tänkande och lärande genom argumentation*. Ödåkra: Retorikförlaget.
- Ödman, Per-Johan, 2007, *Tolkning, förståelse, vetande: hermeneutik i teori och praktik* (2:a uppl.). Stockholm: Norstedts akademiska förlag.

8.3 Otryckta källor

- Ahn, Song-ee, 2007, "Ur kurs: Utbytesstudenters rörelser i tid och rum". Doktorsavhandling, Linköpings universitet.
- Dahlberg, Josef, 2014, "Internationella topoi i etern: En utbildningssociologisk studie av tankefigurer på webbplatser hos Stockholms gymnasieskolor". Magisteruppsats, Uppsala universitet.
- Digitala Vetenskapliga Arkivet: <http://www.diva-portal.org/smash/search.jsf>. Hämtad: 2014-05-22.
- Eriksson, Martin & Kling-Wahlby, David, 2001, "Utlandsstudier: Ett år av kulturella värderingsförskjutningar?". Kandidatuppsats, Högskolan i Halmstad.
- Flodin, Lena, 2009, "Att se den egna verkligheten i ett globalt sammanhang genom

Lärande i arbete (LIA) utomlands: Internationalisering ur ett studerandeperspektiv". Kandidatuppsats, Stockholms universitet.

Högskolan i Jönköping, "Om högskolan": <http://hj.se/om-hogskolan.html>. Senast uppdaterad: 2014-03-26. Hämtad: 2014-05-18.

Högskoleverket, "En högskola i världen – internationalisering för kvalitet":
<http://www.hsv.se/download/18.880c3ba1194d1b806c800027966/0815R.pdf>.
Hämtad: 2014-04-07.

Nationalencyklopedin, "Internationalisering": <http://www.ne.se/internationalisering>.
Hämtad: 2014-04-06.

Universitets- och högskolerådet, "Internationellt":
<http://www.uhr.se/sv/Internationellt/>. Senast uppdaterad: 2012-11-21. Hämtad:
2014-04-06.

Universitetskanslersämbetet, "Hur har det gått? En slutrapport om Högskoleverkets kvalitetsgranskningar åren 2001-2006":
<http://www.ukambetet.se/download/18.197ecc1140ee238b58ae5/0731R.pdf>.
Hämtad: 2014-04-07.

Urank, "En presentation av Urank":
http://www.urank.se/artiklar/?news_id=172&news_page=1. Hämtad 2014-05-20.

Bilagor

Bilaga 1: Statistik från Urank

Andel som studerat utomlands av förstagångsexaminerade, procent. Minst en termins utlandsstudier under de senaste 12 terminerna. Både utlandsstudier enligt högskoleregistret och studier på egen hand med studiestöd från CSN ingår.

Lärosäte	NT6
Uppsala universitet	22,6
Lunds universitet	23,5
Göteborgs universitet	15,2
Stockholms universitet	15,7
Umeå universitet	10,5
Linköpings universitet	17,4
Karolinska institutet	20,1
Kungl. Tekniska högskolan	24,1
Chalmers tekniska högskola	17,3
Luleå tekniska universitet	9,7
Handelshögskolan i Stockholm	41,9
Sveriges lantbruksuniversitet	13,2
Karlstads universitet	7,6
Linnéuniversitetet	12,9
Örebro universitet	6,3
Mittuniversitetet	4,5
Blekinge tekniska högskola	8,4
Högskolan i Borås	8,1
Högskolan Dalarna	3,1
Högskolan på Gotland	9,5
Högskolan i Gävle	2,8
Högskolan i Halmstad	9,2
Högskolan i Jönköping	23,6
Högskolan Kristianstad	5,3
Högskolan i Skövde	6,4
Högskolan Väst	3,2
Malmö högskola	9,7
Mälardalens högskola	6,6
Södertörns högskola	13,1
Medelvärde	12,81
Standardavvikelse	8,43