



VAD TYCKER INTER- NATIONELLA MASTERS- STUDENTER VID GU OM BROSCHYREN "INDEPENDENT MINDED LIKE YOU"?

Ansvarig utredare: Magnus MacHale-Gunnarsson

RAPPORT 2016:03

Diarienummer: V 2016/363

April 2016

GÖTEBORGS UNIVERSITET

Analys och utvärdering, Forsknings- och innovationskontoret
Box 100, 405 30 Göteborg

Innehåll

Bakgrund	3
Studiens upplägg.....	3
Urval	3
Jämförda broschyrer.....	3
Intervjuerna.....	4
Resultat	4
Metoden.....	4
Gruppen.....	5
Två poler.....	5
Broschyren är helt OK	6
Fysisk utformning	6
Övergripande om innehållet	7
Efterfrågade uppgifter.....	7
Andra informationskällor.....	9
Fallstudier	9
1. Man från Litauen, läser på Handelshögskolan	9
2. Kvinna från Tyskland, läser på Sahlgrenska akademien	11
3. Kvinna från Vietnam, läser på Handelshögskolan.....	11
Slutsatser	12

Bakgrund

Analys & utvärdering har på uppdrag av Kommunikationsenheten utvärderat en av Kommunikationsenhetens broschyrer, ”Independent Minded Like You”. Grundfrågan är vad internationella studenter tycker är bra och dåligt med broschyren.

Studiens upplägg

Studien genomfördes som en intervjuundersökning, med semistrukturerade intervjuer där studenterna fick jämföra broschyrer från några olika universitet.

Urval

Den grundläggande studentpopulationen var alla studenter som ansökte i master-omgången HT2015, som hade någon FFG-registrering¹ inom det sökta programmet i början av 2016, och som hade en behörighetsgivande examen från ett utländskt lärosäte. Uppgifterna hämtades ur NyA och Ladok, och resulterade i 150 studenter.

60 studenter slumpades fram, och de bjöds in till intervju med sms i de fall telefon-uppgifter fanns och med mejl i övriga fall. Detta resulterade i 8 intervjuer. Sedan bjöds resterade studenter med telefonnummer in (28 personer), och detta resulterade i ytterligare 11 intervjuer. Totalt genomfördes alltså 19 intervjuer.

Deltagarna kom från Tyskland (5), Kina (2), Italien, Vietnam, Makedonien, Finland, Ryssland, Palestina, Polen, Taiwan, Frankrike, Ungern, Rumänien, Litauen och Cypern. De läste program på Handelshögskolan (7), Samhällsvetenskapliga fakulteten (4), Naturvetenskapliga fakulteten (3), Utbildningsvetenskapliga fakulteten (3), IT-fakulteten (1) och Sahlgrenska akademien (1). 11 av deltagarna var kvinnor och 8 var män. Alla läste på programmets andra termin VT2016.

Jämförda broschyrer

De broschyrer som jämfördes kom från Göteborgs universitet, Stockholms universitet, Lunds universitet, Aarhus universitet, Universitetet i Oslo och Universitetet i Bergen. Flera andra lärosätens broschyrer samlades in, men i samråd med Kommunikationsenheten valdes dessa sex lärosäten ut, för att få en lämplig variation mellan broschyrerna:

- Broschyren från Stockholms universitet valdes för att den var en lättvikts-version av masterprogramskatalogen.
- Broschyren från Aarhus universitet valdes för att den stack ut designmässigt.

¹ FFG = För Första Gången, dvs. ingen omregistrering eller fortsättningsregistrering.

- Broschyren från Universitetet i Bergen valdes för att det är en formell broschyr som inte är så tydligt riktad till studenter.
- Broschyren från Lunds universitet valdes för att det är en tungviktsversion av masterprogramskatalogen.
- Broschyren från Universitetet i Oslo valdes för att det är en mycket liten broschyr.

Intervjuerna

Intervjuerna inleddes med att intervjuledaren berättade hur studenterna hade valts ut och vad studien gick ut på. De fick svara på hur det kom sig att de läste i Sverige och vid Göteborgs universitet.

För att broschyrernas syfte skulle bli tydligt målade intervjuledaren upp ett scenario med en studentmessa i respondentens hemland där representanter från många olika universitet träffar många potentiella studenter som är intresserade av mastersstudier. Vid dagens slut kommer respondenten hem med en kasse broschyrer. Tittar hen i broschyrerna igen? Vad letar hen efter då?

Sedan fick respondenten titta på broschyrerna. I vissa fall tittade studenterna igenom broschyrerna på egen hand under några minuter, och i vissa fall berättade studenterna löpande vad de tyckte om broschyrerna. Grundfrågan var vilka av broschyrerna som var bra och vilka som var dåliga, och vad som var bra och vad som var dåligt.

Sedan fick respondenten frågan vilka andra informationskällor hen använt innan hen började läsa här. Efter det fick hen fokusera på *Independent Minded Like You* och svara på vad de tyckte om känslan, designen, intrycket av broschyren. (I något fall kom detta fram redan tidigare under intervjun, men oftast fokuserade studenterna på innehållet under de föregående frågorna.)

Slutligen fick studenten lägga till annat som hen tyckte kunde höra till.

Intervjuerna tog mellan 30 och 60 minuter vardera.

Resultat

Metoden

Intervjuformen fungerade tämligen bra i det avseendet att studenterna inte hade svårt att formulera åsikter om broschyrerna. Den öppna frågan om vad som var bra och dåligt med broschyrerna gav mycket utförliga svar, och de frågor som intervjuledaren behövde ställa var i allmänhet bara klarifierande.

Gruppen

”Internationella mastersstudenter” är en mycket heterogen grupp. De har kommit till Sverige och Göteborg på mycket olika sätt:

- ”Min man fick jobb i Göteborg.”
- ”Min mamma är från Sverige och jag vill bo här ett tag.”
- ”Sverige är ledande inom [mitt område]”.
- ”Jag var i Göteborg som utbytesstudent och älskade det.”
- ”Jag fick stipendium hit.”

De har också mycket olika fokus med sina studier – vissa vill ha en utbildning som är gångbar på en internationell arbetsmarknad, andra vill uppleva Sverige, och några hittade ett program som var precis det de ville ha. Vissa oroar sig mest över finansieringen, andra över boende, språkkrav eller framtida karriär.

Frågan är då om det går att skapa en broschyr som passar alla internationella studenter?

Två poler

I valet av utbildning orienteras studenternas intresse kring två poler, karriär och upplevelse.



Figur 1: Två poler för studenternas studieintresse.

Alla studenter är givetvis intresserade av både karriär och upplevelse, men de betonar olika saker. I några fall låg fokus nästan uteslutande på karriär, och i ett fall låg fokus uteslutande på upplevelse, men oftast ligger studenterna någonstans emellan dessa extremer. Det går dock att urskilja två grupper: de som betonar karriär och de som betonar upplevelse. I några fall förutsätter studenterna att all universitetsutbildning i Sverige ger goda karriärmöjligheter och är av hög kvalitet¹, och de kan då som personer vara mer lika de karriärfokuserade studenterna trots att de i sitt läsande av broschyrerna mest liknar de upplevelsefokuserade studenterna. Eftersom det är just läsningen

¹ Åtminstone fläckvis har utbildningen i Sverige och Norden tydligen mycket gott rykte i Europa, och den studentcentrerade lärandet och den nära och jämlika kontakten med lärarna som imponerar mest.

av broschyrerna som står i centrum i denna studie utgör de studenterna inget problem – de hör hemma i upplevelsegruppen.

Broschyren är helt OK

Nästan alla av de intervjuade studenter tyckte att *Independent Minded Like You* var godkänd eller bättre. De med karriärfokus tyckte ofta att Stockholms universitets broschyr var bäst, medan de med upplevelsefokus ofta tyckte att Göteborgs universitets broschyr var bäst. Ganska många personer uppskattade Aarhus universitets broschyr mest, antingen för att de tyckte att den var snygg eller för att de tyckte att den var kort och koncis.

Fysisk utformning

De flesta respondenter hade inte några tydliga åsikter om broschyrernas fysiska utformning – även om intervjuledaren frågade specifikt om färg, form och typsnitt så gled de snabbt in på innehåll. De sa då typiskt att de tyckte att Göteborgs universitets broschyr var fin.

Av de som hade mer utmejslade åsikter om utformningen fanns det flera som ville att broschyren skulle sticka ut. De tyckte då om den sneda skärningen, och de tyckte om Aarhus universitets broschyr (med dess starka färg). Andra tyckte att Aarhus-broschyren gav ett oseriöst intryck. Ett par studenter ville ha en påkostad broschyr som ”känns dyr”.

Flera personer gillade den rena designen i Göteborgs universitets broschyr, och dessa personer gillade i allmänhet Aarhus universitets broschyr ännu mer i det avseendet. Ett par studenter tyckte att Göteborgs universitets broschyr var lite grötig på sina ställen, framförallt för att texter ligger på bilder. Framsidans text sågs t.ex. som lite svårläst.

Flera studenter ogillade de svartvita bilderna, och flera påpekade att det var direkt olämpligt att visa bilder på regn och den göteborgska vintern.

Av framsidesbilderna var det Lunds universitets broschyr som uppskattades av flest – en somrig bild med människor och varma färger, och samtidigt det klassiska prestige-universitetets byggnad i bakgrunden. Rent allmänt tyckte många av respondenterna att det var bra med glada människor på framsidan.

Flera studenter som hade asiatiskt eller afrikanskt ursprung uppskattade att det inte bara var stereotypiskt europeiska människor på bilderna i Göteborgs universitets broschyr.

I vissa fall sade respondenterna att en viss broschyr saknade något särskilt som faktiskt fanns i broschyren, och då kan man se problemet som att de inte lätt hittade den informationen. Innehållsförteckningar är en lösning på detta, och några studenter uttryckte

sig uppskattande om dessa, men Aarhus universitets broschyr sågs som bättre i det avseendet: den var helt enkelt mycket lättläst, med väldigt lite information per uppslag, nästan i punktform.

Övergripande om innehållet

Nästan samtliga studenter uttalade sig positivt om pappersbroschyren i allmänhet, och sa att de gärna tittade i en broschyr först, och gick till Internet i andra hand. Några såg sig själva som gammaldags i det avseendet och föredrog helt enkelt papper, medan andra tyckte att det kunde vara lite besvärligt att navigera universitetens webbplatser. Ingen förväntade sig dock detaljinformation i broschyrerna, och de såg webbplatserna som de viktigaste informationskällorna.

Många av de intervjuade studenterna letade först och främst efter information om de olika utbildningsprogrammen. Av det skälet tyckte många att Stockholms universitets broschyr var bäst, eftersom den hade lagom mycket information om programmen. Göteborgs och Aarhus universitets broschyrer sågs av många som nästan meningslösa, just för att de innehåller så lite information om programmen. (Trots detta tyckte de inte illa om dessa broschyrer, och jag uppfattade det som att de på något sätt accepterade att man hade valt att inte ta med programinformation i broschyren.) Lunds universitets broschyr sågs av de flesta som alltför omfattande.

Många studenter letade också efter ”praktisk information”, dvs. om hur man ansöker, vilka visumregler som gäller, studieavgifter, stipendieprogram, levnadsomkostnader och boende. Även här var det många som tyckte att Stockholms universitets broschyr var bra. ”How to Apply” i Aarhus universitets broschyr uppskattades av nästan samtliga respondenter.

Flera respondenter tyckte att Aarhus universitets broschyr var mycket lättillgänglig och bra. (Samma personer tyckte i allmänhet också att Göteborgs universitets broschyr var bra.)

Göteborgs universitets broschyr är i hög grad uppbyggd kring studentberättelser, och vissa studenter gillade det väldigt mycket, medan andra tyckte att det är helt meningslöst.

Vissa gillade innehållsförteckningarna i Universitetet i Bergens och Lunds universitets broschyrer.

Efterfrågade uppgifter

Ofta hade studenterna en fråga som de fokuserade på och som de letade efter svar till i broschyrerna, men det var olika frågor för olika studenter. Följande uppgifter efterfrågades återkommande, i ungefärlig prioritetsordning:

- **Information om de olika utbildningsprogrammets innehåll**
Vilka program som finns, hur de är uppbyggda, och vad de fokuserar på. Detta var ett vanligt skäl till att Stockholms universitets broschyr ofta ansågs bäst.
- **Karriärmöjligheter**
Många studenter var mycket intresserade av vilka karriärmöjligheter utbildningen ger. De ville veta hur många alumner som fått jobb efter utbildningen, hur snabbt de fick jobb och hur bra jobb de fick. (De vill veta detta per program, inte för lärosätet eller fakulteten som helhet.) De ville veta vilka stödstrukturer som finns under utbildningen för den fortsatta karriären, och de ville se exempel på framgångsrika alumner. Att GU har samarbetspartners från näringslivet (kända företag som Volvo och SKF) var mycket attraktivt.
- **Ansökningsförfarande**
Många tyckte att ansökningsförfarandet var komplicerat och kände sig osäkra. Aarhus universitets uppslag ”How to Apply” uppskattades av nästan samtliga respondenter.
- **Behörighetskrav och språkrav (GMAT, TOEFL)**
Studenterna var inte oroliga för sin kunskapsnivå eller att de inte skulle bli godkända på dessa prov, men de var tvungna att anmäla sig till de provomgångar som gavs i hemstaden, och de var tvungna att betala för att skriva proven. Därför var det viktigt att veta vilka prov som faktiskt var nödvändiga.
- **Är universitetet internationellt?**
Vilka utbildningar ges på engelska? Kan engelska användas allmänt på universitetet och i staden? Finns det strukturer för utländska studenter?
- **Studieavgifter och stipendieprogram**
Kostar det att läsa och i så fall hur mycket? Vad finns det för stipendieprogram?
- **Urvalsprinciper och söktryck**
Vissa studenter oroade sig för om de kunde bli antagna eller inte. Någon student var nära att inte söka ett visst program för att hen inte trodde hen kunde komma in. Andra studenter var vana att bedöma utbildningens kvalitet genom att se på söktrycket.
- **Styrkeområden**
En del respondenter ville veta vad universitetet är bra på akademiskt. De ville läsa om Nobelpris och framgångsrik forskning, och de utgick ifrån att inget lärosäte är bra på allt. Vilka är just detta lärosätets styrkeområden?

Listan ovan fokuserar på det som saknas i många broschyrer och framförallt i Göteborgs universitets broschyr. De studentberättelser som fokuseras i Göteborgs universitets broschyr uppskattas av flera studenter, medan andra tycker att de är ointressanta.

Andra informationskällor

Alla intervjuade studenter såg universitetets egen webbplats som den primära informationskällan. De flesta studenterna hade inte tillgång till några broschyrer när de ansökte. I några fall tyckte studenterna att webbplatserna kunde vara svåra att navigera.

Utbytesstudier var avgörande för många studenters val av lärosäte. Antingen hade de själva varit på utbytesstudier till Göteborgs universitet eller något annat svenskt lärosäte under sin grundutbildning, eller så hade de bekanta som hade varit på utbyte och som de sedan hade pratat med.

I det första steget i utbildningsvalet var Google den naturliga startpunkten. Studenterna sökte på t.ex. ”master programmes Europe”. Ibland hittade de webbplatser som listar mastersprogram (studyportals.eu är ett exempel, även om ingen respondent nämnde just den webbplatsen), och ibland hittade de Internetforum av olika slag.

Flera studenter tittade på universitetrankningar, men de flesta sa att de inte lät den informationen väga så tungt. Kanske kan det ses som en s.k. hygienfaktor – lärosätet behöver en hygglig rankingsplacering för att komma ifråga. (Man ska komma ihåg att de som intervjuas i denna studie alla har valt Göteborgs universitet, som inte är så högt rankat som t.ex. Lund, Uppsala eller Stockholm. Med ett annat urval av studenter skulle kanske rankingplacering framstått som en viktigare faktor.)

Få studenter använde sig av sociala medier, men i några fall nämndes att Facebook hade använts, och en student pekade på Manchester Metropolitan University, där hen kunde få precisa och personliga svar på frågor via deras Facebook-sida och via en särskild twitter-tag.

www.universityadmissions.se hade användts av många, även för att hitta program.

Fallstudier

För att få en djupare förståelse för hur de intervjuade studenterna ser på broschyrerna presenteras här tre personers svar, starkt sammanfattat.

1. Man från Litauen, läser på Handelshögskolan

Innan han sökte till Göteborgs universitet hade han besökt Göteborg som turist och gillat staden. Han vill egentligen hellre arbeta, men upplevde att han inte kunde få arbeten som var så kvalificerade som han önskade. Han sökte bara till svenska lärosäten, delvis för att webbplatsen för det svenska nationella antagningssystemet, www.universityadmission.se, var bra.

Han säger att han inte är så intresserad av broschyrer, och att han inte hade tillgång till några sådana när han valde lärosäten, men om han hade kommit över en broschyr och om han hade varit intresserad av lärosätet av andra skäl så skulle han ha tittat i

broschyren. Han skulle då ha letat efter information om programmen och framförallt vilka karriärmöjligheter de ger.

Efter att ha tittat på de olika broschyrerna delar han in dem i tre grupper. De sämsta broschyrerna är de från Universiteten i Oslo och Bergen samt Göteborgs universitet. De beskriver landet, staden och studentlivet, och det tycker han hör hemma i en turistbroschyr, inte en universitetsbroschyr. Han vill veta vad man kan läsa och varför det är bra. ”This nature thing again. Mountains, flowers. Why? I am not coming for the flowers.”

Han tycker bättre om broschyrerna från Stockholms och Lunds universitet, eftersom de fokuserar på det akademiska innehållet. Aarhus universitets broschyr placerar han i mellangruppen, eftersom den å ena sidan är mycket lättläst men å andra sidan inte innehåller så mycket akademiskt.

Han berättar att han letade mycket efter etableringsstatistik och karriärmöjligheter för alumner innan han ansökte, men att han egentligen bara hittade sådana uppgifter för brittiska universitet. (Att han inte läste i Storbritannien berodde på att han inte ville betala studieavgifter.) Under första terminen på programmet här i Göteborg var han fortfarande orolig för vilka karriärmöjligheter programmet skulle ge, men sedan förstod han att det skulle ge mycket goda möjligheter, och han är mycket nöjd med sin utbildning.

Jag frågar om det uppslag i Göteborgs universitet broschyr (sida 12-13) som tar upp karriärmöjligheterna, men han tycker inte att det är bra nog. Han är inte intresserad av nuvarande studenter, utan bara av alumner. Vad har de läst, vad har de fått för jobb, hur lång tid tog det, vad har de för lön, osv. Han berättar att innan han ansökte så stötte han på Handelshögskolans slogan ”Two more years and the world is yours!”, och den tilltalade honom väldigt mycket.

Han återkommer flera gånger till hur meningslös han upplever informationen i flera av broschyrerna, däribland Göteborgs universitets. Med ett uttryck som vacklar mellan hån och misstro läser han en mening högt från sidan 10: ”’Viktoria is happiest when she is in nature, walking through the forest or sitting in the harbour watching boats come in.’ I am embarrassed that my university has produced something like this.”

Han undersökte flera universitetsrankningar innan han ansökte och han kom fram till att Lunds och Stockholms universitet är bättre än Göteborgs universitet. (Han har en tämligen okritisk inställning till rankningar.)

När det gäller Göteborgs universitets grafisk utformning så är han inte så imponerad. Han tycker att det är besvärligt att läsa svart text på grå bakgrund (sidan 6), och även vit text på mörk bakgrund (sidan 10).

2. Kvinna från Tyskland, läser på Sahlgrenska akademien

Hon ville läsa en masterutbildning utomlands, och inom hennes område är Sverige och Norden mycket framstående. Sverige hade ett jämförelsevis tidigt ansökningsdatum, och när hon väl hade kommit in på utbildningen i Sverige brydde hon sig inte om att söka i andra länder. Hon sökte till flera lärosäten i Sverige och verkar inte ha tyckt det spelade jättestor roll exakt vilken utbildning hon kom in på.

Hon läser gärna pappersbroschyrer och letar då främst efter behörighets- och språkkrav. Hon vill också veta om det fungerar att bo och leva i staden om man inte pratar det lokala språket, och om det är lätt för internationella studenter att delta i studentlivet.

Hon tycker om nästan allt med Aarhus universitets broschyr (förutom omslagsfärgen). Den berättar snabbt att engelska inte är något problem, vilka skäl det finns att läsa i Aarhus, hur det är att bo i Danmark och Aarhus, och hur man ansöker.

Hon visste från början väldigt väl vad hon ville läsa och detaljer om programmet var inte så viktiga för henne när hon valde lärosäte – hon kan leta upp sådant på Internet när hon behöver. Att bara ha en lista med programnamn, som i Göteborgs universitets broschyr, är fullt acceptabelt. Om man vill skriva mer om programmen tycker hon att Stockholms universitets broschyr utgör en god kompromiss – broschyren från Lunds universitet har för mycket information.

Hon tycker att studentberättelser är bra, men att broschyren från Göteborgs universitet överdriver i detta avseende. Hon vill veta praktiska detaljer – boende, hur man deltar i det sociala livet (Student Buddy groups är bra), behörighetskrav, osv. Man kan ha det sist i broschyren, men det ska vara mer än vad det är idag.

Hon tycker om den grafiska utformningen av *Independent Minded Like You*. Hon tycker om den sneda skärningen, och att det är studenter som berättar historier. Sidorna är kanske lite röriga ibland – en renare stil, som Aarhus universitets broschyr, skulle vara bättre.

Hon letade inte efter information om universitets akademiska kvalitet innan hon ansökte, eftersom hon har stort förtroende för svensk högre utbildning. Hon letade inte heller efter information om karriärmöjligheter, eftersom hon redan kände till sin bransch väl och visste vad utbildningen skulle ge.

Förutom universitetens webbplatser tittade hon på Facebook innan hon kom hit. Hon pratade också med tidigare utbytesstudenter, och de berättade att engelska fungerar bra i Sverige.

3. Kvinna från Vietnam, läser på Handelshögskolan

Hon var utbytesstudent på Göteborgs universitet och kom sedan tillbaka för en master. Efter utbytesperioden tog med sig broschyrer om Göteborgs universitet hem till Vietnam och spred information mycket aktivt.

På det internationella kontoret på hennes grundutbildningsuniversitet i Vietnam finns massor av broschyrer, och studenterna går dit och tittar. Därför är det bra om broschyrerna sticker ut, som Göteborgs universitets broschyr gör. Hon samlar gärna broschyrer och behåller de vackra i bokhyllan. Hon tycker att universitetens webbplatser kan vara svåra att navigera, så hon tittar gärna i broschyrer i första hand.

Independent Minded Like You är snygg och passar Göteborgs universitet. Aarhus universitets broschyr är också snygg, men den passar bättre för London.

Hon letar mest efter hur det är att leva i staden och hur det är att vara student vid universitetet. Studentlivet är viktigt – de andra studenterna är den viktigaste delen av studiemiljön, och då tänker hon främst på lärandet. Man lär sig mer av andra studenter än av lärarna.

Berättelser från alumner är det mest intressanta. Har de fått jobb, har de fått bra jobb, gillade de utbildningen? Hon vill gärna se etableringsstatistik och historier om lyckade alumner.

Hon tycker om broschyrerna från Göteborgs och Stockholms universitet – kalla, enkla färger och natur. Lunds universitet broschyr är mer internationell: solig, glad. Hon gillar inte broschyren från Universitetet i Oslo alls, men menar å andra sidan att broschyren passar staden... Universitetet i Bergens broschyr är OK men väldigt vanlig: officiell och tråkig.

Slutsatser

Denna studie handlar om att undersöka vad studenterna tycker om broschyren *Independent Minded Like You*, och är inte direkt fokuserad på att göra broschyren bättre. I detta avsnitt ska jag ändå presentera några förslag på förändringar, men syftet med detta är att förtydliga studenternas åsikter. Jag vet alltför lite om broschyrens övergripande syfte och för lite om de olika hänsyn som ligger bakom den för att veta vad som vore bra förändringar. Listan kan läsas som lämpliga förändringar för att attrahera de studenter som intervjuades i denna studie.

- Lyft in mer information om utbildningarna. Ge dem mer plats och placera det tidigare i broschyren. Studenterna på avancerad nivå är inte lika fokuserade på studentlivet och staden som studenter på grundnivå är.
- Avvägningen mellan riklig information och tunn broschyr är inte lätt, men kanske kan man koppla broschyren till webbplatsen på ett bra sätt? Kanske korta länkar i samband med olika avsnitt i broschyren? (De korta texterna med länkar och QR-koder som finns i dagens broschyr verkar inte fungera – de är för osynliga.)
- Knyck Aarhus universitets ”How to Apply”.

- Lyft fram karriärperspektivet. Det är mycket viktigare för mastersstudenter än för grundstudenter.
- Studentberättelserna verkar fungera på det sättet att de är attraktiva att läsa (det blir personligt och lätt att identifiera sig med), men de innehåller inte riktigt de uppgifter som studenterna letar efter. Kanske kan man därför blanda studentberättelser med ”hårda fakta”, lite grand som i broschyren från Stockholms universitet? Kan den övre halvan av uppslagen ägnas åt hårda fakta och den nedre åt studentberättelser, genomgående, eller något liknande?
- Försök skapa mer luft på sidorna, ungefär som i broschyren från Aarhus universitet. Använd kortare och mer fokuserade texter.