

Schweizerische Koordinationsstelle
für Bildungsforschung

Centre suisse de coordination pour
la recherche en éducation

Centro svizzero di coordinamento
della ricerca educativa

Swiss Coordination Centre for
Research in Education

Information Bildungsforschung
Permanente Erhebung über Projekte der schweizerischen Bildungsforschung

Information sur la recherche éducationnelle
Enquête permanente sur la recherche éducationnelle en Suisse

Informazione sulla ricerca educativa
Inchiesta permanente sulla ricerca educativa in Svizzera

Information about research in education
Permanent inquiry into educational research in Switzerland

ISSN 1013-6258

23:069

Laufzeit des Projekts: 2019–2023

Thema des Projekts:

Hochschulkommunikation in der Schweiz (Projekt C3H)

Durée de la recherche: 2019–2023

Thématique de la recherche:

Communication des hautes écoles en Suisse (projet C3H)

Institution: Universität Zürich, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Zürich (1); Universität Zürich, Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög), Zürich (2)

Bearbeitung | Mise en œuvre: Mike S. Schäfer, Prof. Dr. (1), Daniel Vogler, Dr. (2), Silke Fürst, Dr. (1), Isabel Sörensen (1), Sophia C. Volk, Dr. (1)

Kontaktperson | Personne à contacter: Silke Fürst (s.fuerst@ikmz.uzh.ch)

Kurzbeschreibung: Das vom Schweizerischen Nationalfonds geförderte Forschungsprojekt «[C3H](#)» untersucht die öffentliche Kommunikation aller Schweizer Hochschulen. Dabei werden sowohl der Status Quo als auch Veränderungen in den Blick genommen. Untersucht wird insbesondere, an welche Zielgruppen sich Schweizer Hochschulen wenden, welche Kommunikationskanäle dabei eingesetzt werden und welche Resonanz dies in Nachrichtenmedien und auf *Social Media*-Plattformen erzeugt. Im Forschungsprojekt stehen vier Analysedimensionen im Fokus: die Intensivierung der Hochschulkommunikation, ihre Professionalisierung und Diversifizierung sowie ihre Ausrichtung an strategischen Zielen der Hochschulorganisationen. Die Forschenden kombinieren qualitative und quantitative Erhebungs- und Analysemethoden und verbinden Inhaltsanalysen öffentlicher Kommunikation mit Online-Befragungen und Leitfadeninterviews. Befragt wurden Mitarbeitende in Kommunikationsabteilungen sowie Mitglieder von Hochschulleitungen und Hochschulräten. Die Auswertungen zeigen, dass sich die Hochschulkommunikation in der Schweiz in den vergangenen fünf bis zehn Jahren in ihren Zielgruppen und Kanälen erheblich diversifiziert und insgesamt intensiviert hat. Zum Teil hat sie sich auch professionalisiert und ist strategischer geworden. Die meisten Schweizer Universitäten, Fachhochschulen und Pädagogischen Hochschulen sind auf mehreren Social-Media-Plattformen aktiv. Dabei nutzen Kommunikationsabteilungen Social Media vor allem für selbstreferenzielle Kommunikation. Auf Instagram hat diese Kommunikation in den jüngsten Jahren zugenommen und hier erhalten Schweizer Hochschulen auch die stärkste Nutzerresonanz (Anzahl von Likes und Shares u.ä.). Nach wie vor kommunizieren Schweizer Hochschulen aber am stärksten über X (vormals Twitter). Das Projekt zeigt insgesamt aber auch, dass die Kommunikation von Schweizer Hochschulen nicht nur an der strategischen Profilierung der eigenen Organisation ausgerichtet ist, sondern ebenso auf Wissensvermittlung, Dialog und Bürgerpartizipation zielt und damit auch gemeinwohlorientiert ist.

Breve description de la recherche: Le projet de recherche «[C3H](#)» financé par le Fonds national suisse est consacré à la communication publique de toutes les hautes écoles suisses et se penche à la fois sur le *statu quo* et sur les changements. Cette recherche examine notamment les groupes-cibles auxquels les hautes écoles suisses s'adressent, les canaux de communication qu'elles utilisent à cet effet et l'écho dans les médias d'information et sur les plateformes de média sociaux. La recherche concentre son analyse sur quatre dimensions: l'intensification de la communication des hautes écoles, sa professionnalisation et sa diversification, ainsi que son alignement sur les objectifs stratégiques des organisations universitaires. L'équipe de chercheuses et chercheurs associe des méthodes d'enquête et d'analyse qualitatives et quantitatives et combine des analyses de contenu de la communication publique avec des enquêtes en ligne et des entretiens semi-directifs. Les personnes interrogées travaillaient dans des services de communication ou faisaient partie des directions ou des conseils de hautes écoles. Les analyses montrent que depuis les cinq à dix dernières années, la communication des hautes écoles en Suisse s'est considérablement diversifiée tant en ce qui concerne ses cibles que les canaux utilisés et, dans l'ensemble, intensifiée. Elle s'est aussi en partie professionnalisée et est devenue plus stratégique. La plupart des universités, hautes écoles spécialisées et hautes écoles pédagogiques suisses sont actives sur plusieurs plateformes de médias sociaux. Les services de communication de ces établissements utilisent les médias sociaux principalement pour une communication auto-référentielle. Ce type de communication s'est développé ces dernières années sur Instagram, réseau sur lequel les hautes écoles suisses bénéficient de l'écho le plus important (nombre de «j'aime» et de «repost» notamment). Néanmoins, X (anciennement Twitter) reste le réseau le plus utilisé par les hautes écoles suisses pour leur communication. Le projet de recherche montre également que, dans l'ensemble, la communication des hautes écoles suisses n'est pas uniquement axée sur la mise en valeur stratégique de l'organisation, mais vise aussi à transmettre le savoir, dialoguer et faire participer la population, servant ainsi également l'intérêt général.

Veröffentlichungen | Publications: Sörensen, I., Fürst, S., Vogler, D. & Schäfer, M. (2023). Higher education institutions on Facebook, Instagram, and Twitter: Comparing Swiss universities' social media communication. *Media and Communication*, 11(1), 264–277. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i1.6069>

Fürst, S., Volk, S. C., Schäfer, M. S., Vogler, D. & Sörensen, I. (2022). Assessing changes in the public communication of higher institutions: A survey of leaders of Swiss universities and colleges. *Studies in Communication Sciences*, 22(3), 515–534. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2022.03.3489>

Fürst, S., Volk, S. C., Schäfer, M. S., Vogler, D. & Sörensen, I. (2022). Organizational and societal goals in tension? A survey of communication practitioners at Swiss higher education institutions. *JCOM*, 21(07), A06. <https://doi.org/10.22323/2.21070206>

Weitere Veröffentlichungen aus dem Forschungsprojekt sind über die Webseite <https://c3h.ch/> zugänglich.

Hier erwähnte Publikationen sind über den Buchhandel oder die durchführende Institution bzw. die Kontaktperson zu beziehen, nicht bei der SKBF.

Les publications mentionnées dans l'Information sur la recherche éducationnelle ne sont pas disponibles au CSRE; veuillez vous adresser à votre libraire ou à l'institution de recherche ou à la personne de contact mentionnée.

Methoden | Méthodes de recherche: standardisierte Befragungen, qualitative Leitfadeninterviews, standardisierte Inhaltsanalysen, Dokumentenanalysen, qualitative Inhaltsanalysen

Geografischer Raum | Délimitation géographique: Schweiz

Art des Projekts | Type de recherche: Eigenprojekt der aufgeführten Institutionen

Auftrag | Mandat de la recherche: ohne Auftrag

Finanzierung | Financement: Schweizerischer Nationalfonds (SNF), siehe <https://data.snf.ch/grants/grant/184992>

Schlüsselbegriffe: Hochschulkommunikation, Hochschule, Hochschultypen, Nachrichtenmedien, Social Media, Aus-sen-kommunikation, öffentliche Kommunikation

Mots-clés: communication des hautes écoles, haute école, types de hautes écoles, médias d'information, média sociaux, communication externe, communication publique