

Università della Svizzera Italiana

Facoltà di Scienze della Comunicazione

Via Giuseppe Buffi 13
6904 Lugano

Tel. 091 912 46 46
Fax 091 912 46 47

eMail info@lu.unisi.ch
URL <http://www.lu.unisi.ch>

Direttore Amministrativo UNISI

Albino Zraggen (albino.zraggen@lu.unisi.ch)

Dekan

Edo Poggia (Tel. 091 912 47 11, Fax 091 912 46 47, eMail: edo.poggia@lu.unisi.ch)

Profilbeschreibung der Fakultät

Die Fakultät für Kommunikationswissenschaft bereitet ihre Studierenden in einem multikulturellen, mehrsprachigen und interdisziplinären Kontext auf verschiedene Kommunikationsberufe und -tätigkeiten vor. Multikulturalität und Mehrsprachigkeit sind aber nicht nur zentrale Punkte im Studienprogramm: Es genügt ein Blick ins Vorlesungs- und Studentenverzeichnis, um zu erkennen, dass Lehrende ebenso wie Studierende aus allen Teilen der Welt kommen.

Studium

Das Studium ist interdisziplinär angelegt: Geisteswissenschaftlich-humanistische, sozialwissenschaftlich-ökonomische und technologische Aspekte fliessen in alle Studienrichtungen ein. Die Absicht, Kommunikationsprozesse aus verschiedensten Blickwinkeln zu analysieren, spiegelt sich im Dozentenkollegium und in den Forschungsaktivitäten wider. Das Studium ist in drei verschiedene Abschnitte unterteilt: es gibt ein gemeinsames Fundament («Tronco comune»), verschiedene Spezialisierungen («Indirizzi») und zu guter Letzt Wahlmöglichkeiten, um persönliche Wünsche und Interessen zu berücksichtigen. Das Grundstudium vermittelt einen allgemeinen Überblick über das Fach. Linguistisch-semiotische, sozialwissenschaftliche und medientechnologische Vorlesungen und Seminare werden kombiniert. In dieser Phase soll vor allem die Analysefähigkeit trainiert und ein «Kapitalstock» an Wissen gelegt werden, auf dem sich im Berufsleben aufbauen lässt. Die verschiedenen «Indirizzi» dienen dazu, sich in einem Gebiet der Kommunikation zu spezialisieren. Derzeit gibt es fünf verschiedene Studienrichtungen:

- Massenkommunikation, Journalismus und neue Medien,
- Unternehmenskommunikation,
- Kommunikationstechnologien,
- Kommunikation in Kontexten der Ausbildung und
- Institutionelle Kommunikation.

Im ersten der fünf «Indirizzi» stehen Medienwirkungen, Medienökonomie und Journalismus im Vordergrund. Im zweiten geht es um die Kommunikation innerhalb von Unternehmen und um deren Beziehungen zu ihrer Umwelt, also zum Beispiel zu den Medien, zu ihren Kunden, zu den Aktionären oder zur Politik. Der dritte Bereich ist den neuen Technologien gewidmet, die weltweit den Kommunikationssektor revolutioniert haben. Nutzen und Entwicklung von neuen Technologien und der Informatik werden auf ihre Auswirkungen in den verschiedensten Kommunikationsfeldern untersucht: in Unternehmen, in der Politik und in der Kultur. Es wird Wert darauf gelegt, dass die Studierenden in diesem Bereich sich auch gute ökonomische Grundkenntnisse aneignen: Betriebswirtschaft und Marketing gehören zum Studienangebot dazu. Die vierte Studienrichtung, Kommunikation im Aus- und Fortbildungskontext, kombiniert kommunikations- und bildungswissenschaftliche Grundlagen. Der fünfte Schwerpunkt zielt auf Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit in Regierung, Behörden und den sogenannten non-governmental organizations.

In der dritten Phase des Curriculums haben die Studierenden die Möglichkeit, ihr Studium weitgehend an persönlichen Interessen auszurichten. Sie müssen eine zweite Fremdsprache erlernen sowie eine bestimmte Zahl von Wahlveranstaltungen besuchen. Darüber hinaus sind sogenannte «Elaborati intermedi» zu verfassen. Diese sind eine erste Annäherung an eine wissenschaftliche Recherche und dienen der Vorbereitung auf die Abschlussarbeit. Im letzten Abschnitt des Studiums wird die persönliche Betreuung durch einen Dozenten (Tutore) besonders wichtig, der die Studierenden berät und hilft, im Blick auf die spätere Berufswahl die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Studienangebot

Das Studienangebot wurde inzwischen auf das so genannte Bologna-Modell umgestellt. Auf ein dreijähriges Grundstudium, das mit dem Bachelor abschliesst, folgt künftig ein zweijähriger Master-Studiengang, der eine stärkere Spezialisierung und Ausrichtung auf jeweils ein Berufsfeld ermöglichen soll. Damit wird es auch leichter, die akademischen Abschlüsse international zu vergleichen. Voraussichtlich wird ab 2004 in jedem der obengenannten «indirizzi» auch ein Master-Studiengang angeboten. Wer hoch qualifiziert ist und wissenschaftlich weiterarbeiten möchte, kann nach dem Abschluss weitere drei Jahre «anhängen», um den Dokortitel zu erlangen.

Darüber hinaus gibt es zwei einjährige Executive Master-Programme: Im *Master of Public Relations* bilden sich – mit Englisch als Unterrichtssprache – bereits berufserfahrene PR-Praktiker fort. Der *Master in Gestione della Formazione* richtet sich an alle, die im Bildungssektor Management- und Kommunikationsaufgaben wahrnehmen und sich weiter professionalisieren wollen – insbesondere an die Leiter von Aus- und Weiterbildungsinstitutionen.

Aussenkontakte

Ferner hat die Università della Svizzera Italiana (USI) viele Kontakte mit Unternehmen, Behörden und non-governmental organizations (NGOs) in der Schweiz und europaweit, um den Studierenden ein Praktikum oder eine Hospitanz zu ermöglichen. Während der Studienzeit ist es obligatorisch, entweder ein Semester an einer anderen Universität zu verbringen oder mindestens vier Monate lang ein Praktikum bei einer geeigneten Organisation zu absolvieren. Die USI hat hierfür einen eigenen Placement-Service eingerichtet, der auch während des Studiums immer wieder über einzelne Unternehmen bzw. Arbeitsfelder informiert.

Anzahl Studierende

Momentan sind rund 700 Studenten an der kommunikationswissenschaftlichen Fakultät eingeschrieben, die von rund 80 Dozenten unterrichtet werden. 13 von ihnen haben an der USI eine Festanstellung. Die Universität in Lugano ist also eine kleine Hochschule, an der in überschaubaren Gruppen mit umso intensiverem Kontakt zu den Lehrenden gearbeitet wird.

Forschung

Zur Zeit existieren fünf Forschungsinstitute:

- Istituto Linguistico-Semiotico (ILS)
- Istituto Testi e Media (ITeM)
- Istituto per la Comunicazione Aziendale (ICA)
- Istituto di Tecnologie della Comunicazione (ITC)
- Istituto Comunicazione e Formazione (ICeF)

Diese Institute organisieren auch die Forschungsseminare der dritten Phase des Studienganges. Es bestehen Kooperationen mit mehreren schweizerischen und europäischen Forschungsinstituten und Hochschulen. Die Zusammenarbeit mit anderen Instituten steht nicht nur im Zeichen der Forschung, sondern auch der Lehre. Zur Zeit sind etwa 15 aus Drittmitteln finanzierte Forschungsprojekte an der Fakultät angesiedelt. Die Fakultät gibt mit «Studies in Communication Sciences» eine eigene internationale Fachzeitschrift heraus. Sie soll dazu dienen, einen regen Dialog auf wissenschaftlicher Basis zu führen.