

Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Band: - (2001)
Heft: 1

Artikel: Journalismus an der Università della Svizzera italiana
Autor: Russ-Mohl, Stephan
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790831>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Journalismus an der Università della Svizzera italiana

An der Università della Svizzera italiana (USI) in Lugano ist erstmalig ein Lehrstuhl für Journalistische Praxis eingerichtet worden, den zum 1. 1. 2002 Stephan Russ-Mohl übernehmen wird. «Medienwissenschaft Schweiz» hat den Neuberufenen, der bisher an der FU Berlin Publizistik gelehrt hat und Direktor des Journalisten-Kollegs war, gebeten, uns seine konzeptionellen Vorstellungen zu skizzieren.

Die künftigen Aktivitäten sind als Brückenschlag in Forschung und Lehre zwischen dem italienischen, dem angelsächsischen und dem deutschen Sprachraum angelegt – und zielen damit auch auf den Vergleich unterschiedlicher Journalismus-Kulturen in der Absicht, voneinander zu lernen und so vielleicht auch langfristig ein Scherflein dazu beitragen zu können, diese Kulturen zu europäisieren.

An den neuen Arbeitsbereich der Kommunikationswissenschaftlichen Fakultät knüpft sich die Erwartung, im künftigen dreijährigen Bachelor-Studiengang Studierende besser auf zwei besonders wichtige Praxisbereiche vorbereiten zu können – eben auf journalistische Tätigkeiten, aber auch auf das vorgelagerte Berufsfeld Public Relations, in dem ja ebenfalls Kenntnis der Redaktionsarbeit und journalistische Fertigkeiten gefragt sind. Außerdem verbindet sich mit der neu eingerichteten Professur die Hoffnung, insbesondere im Wirtschaftsjournalismus, möglicherweise aber auch im Medien- und Wissenschaftsjournalismus, weiterqualifizierende Studienangebote einrichten zu können. Angedacht ist ein zweijähriges Master-Programm, in dem journalistische Arbeitstechniken trainiert und individuell – je nach Vorbildung der Teilnehmer – mit wirtschafts- und kommunikationswissenschaftlichen Studieninhalten kombiniert werden.

Wünschenswert wären darüber hinaus ein berufsbegleitendes Weiterbildungsangebot für Journalisten sowie ein Fellowship-Programm, das es jährlich einem oder zwei Wirtschaftsjournalisten ermöglicht, für zwei Semester an die Universität zurückzukehren und Wissen «nachzutanken». Aber für solche Projekte müssen zunächst Sponsoren gefunden werden – und das ist in der Medienbranche auch zu Zeiten, in denen besser verdient wurde als in der jüngsten Vergangenheit, bekanntlich alles andere als leicht zu bewerkstelligen.

Bisher ist das Projekt unter dem Arbeitstitel «European School of Journalism (ESJ)» angedacht. «ESJ at USI» – das hätte schon einmal den Vorzug, daß es wohlklingend alliteriert. Namen sind indes auch Programm, und deshalb sollten wir nochmals sehr sorgfältig prüfen, ob mit der «School»

im deutschen und italienischen Sprachraum womöglich etwas insinuiert wird, was eine Universität weder leisten kann noch soll – nämlich eine ganz und gar praxisorientierte Ausbildung, in welcher der wissenschaftliche Anspruch so gut wie keine Rolle mehr spielt. Wenn es also in Lugano bei der «European School of Journalism» bleibt und es nicht einfach nur ein «Institut für Journalistik» geben soll, dann werden wir von Anfang an kommunizieren müssen, daß damit die angelsächsische Erfolgsformel gemeint ist: So viel Praxis, wie nötig, um den beruflichen Einstieg zu erleichtern – aber eben auch so viel Kommunikations- und/oder Wirtschaftswissenschaft wie möglich, um ein dauerhaftes Fundament für beruflichen Erfolg und auch für selbst-reflexives professionelles Entscheiden und Handeln zu legen. Letztlich sollten während der Studienzeit nicht primär praktische Fertigkeiten erlernt, sondern es sollte Analysefähigkeit trainiert und Wissenskapital «akkumuliert» werden, damit man für den Rest des Berufslebens auf diesem Fundament aufbauen kann.

«Unique selling proposition» des künftigen Studienangebots im Journalismus wird absehbar sein, was schon jetzt die USI auszeichnet:

- Es ist eine kleine Universität, an der in kleinen Gruppen mit intensivem Kontakt zu den Lehrenden gearbeitet werden kann.
- Weil Lugano geographisch an der Sprachgrenze liegt, erfolgt auch das Studium mehrsprachig: Neben dem Italienischen als «Verkehrssprache» gibt es Lehrangebote in Englisch, aber auch auf Deutsch und Französisch.
- Was die Medien anlangt, wirkt sich die Nähe zu Mailand, aber auch das regionale Umfeld positiv aus. Im Tessin gibt es eine beachtliche Medienvielfalt und damit auch Wettbewerb – also günstige Einstiegsbedingungen für Studenten, die sich als freie Mitarbeiter ersten journalistischen Lorbeer erarbeiten wollen. Am drittgrößten Bankenplatz der Schweiz sollte auch eine enge Praxis-Anbindung hin zur Wirtschaft möglich werden. Mittel- und längerfristig wird nicht zuletzt die Universität selbst

– in Planung ist auch eine Informatik-Fakultät – der Wirtschaftsregion Impulse geben und damit auch im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung und der Unternehmenskommunikation neue Nachfrage generieren.

Das künftige Studienangebot gilt es, «from the bottom up» zu entwickeln, um auch erfolgreichen eigenen Absolventen der Bachelor-Studiengänge an der USI die Möglichkeit zur berufsfeld-orientierten Weiterqualifizierung zu eröffnen. Damit ist das Augenmerk erst einmal auf den zweisemestrigen Einführungskurs «Istituzioni di Giornalismo» zu richten, der bis auf weiteres im zweiten Studienjahr angesiedelt ist. Wünschenswert wäre hier eine Teilung des Kurses. Einführende Grundlagen sollten ebenso wie erste praktische Übungen bereits in den ersten beiden Semestern offeriert werden, damit allen Studierenden mit Berufsziel Journalismus noch zwei Jahre verbleiben, in denen sie als freie Mitarbeiter oder Hospitanten studienbegleitend ihre journalistischen Talente ausprobieren und weiterentwickeln können. Vor allem praktische Übungen zum Journalismus sollten die Studierenden in der jeweiligen Muttersprache offeriert bekommen – also von Journalisten als Gastdozenten, die selbst aus dem italienischen bzw. englischen, bei Bedarf auch aus dem deutschen und französischen Sprachraum kommen. Der zweite Teil des Kurses, der vergleichend in die Mediensysteme und Journalismuskulturen der Schweiz, Italiens, Deutschlands, Frankreichs und der USA einführt, könnte dagegen auch erst im dritten Studienjahr seinen Platz haben und damit zum anschließenden Master-Studiengang überleiten.

Zielgruppen für dieses neu zu entwickelnde Master-Programm sind in erster Linie Studierende mit einem ersten Studienabschluß in Wirtschaftswissenschaften und/oder Kommunikationswissenschaften, die bereits über erste journalistische Erfahrungen verfügen, sowie Journalisten, die sich nach ein paar Jahren Berufspraxis gezielt im Wirtschafts- oder Medienjournalismus spezialisieren wollen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden sich also hinsichtlich Studienhintergrund und professionellen Erfahrungen deutlich unterscheiden. Deshalb sollte das Master-Programm Wahlmöglichkeiten eröffnen, die es jedem Studierenden erlauben, entsprechend seinen individuellen Bedürfnissen und Interessen sein Programm aus wissenschaftlichen Lehrveranstaltungen und praktischen Übungen zusammenzustellen. Projektarbeit sowohl im Rahmen von Forschungsvorhaben als auch in Form journalistischer Recherchen ist als fester Programmbestandteil zu konzipieren. Bei einem wöchentlichen Jour fixe sollten sich Lehrende und Studierende und Medienpraktiker aus der Region treffen, um über Medienprodukte und laufende Forschungsarbeiten zu diskutieren.

Aufgrund ihrer attraktiven Lage könnte die Universität in Lugano zu einem Treffpunkt für den internationalen Erfahrungsaustausch zwischen Wissenschaftlern und Medienpraktikern werden – zum Beispiel im Rahmen eines jährlichen internationalen Workshops oder gelegentlicher Vorlesungsreihen mit prominenten Gastreferenten. Gedacht ist vor allem an Zusammenkünfte im kleinen Kreis, um intensive Gespräche und offenen Austausch zu stimulieren – also eher Kammerkonzert als großes Orchester. Die Probe aufs Exempel, daß dies gelingen kann, wurde bereits mit zwei internationalen Workshops erbracht, zu denen im letzten Jahr namhafte Wirtschaftsjournalisten, PR-Fachleute und Publizistikwissenschaftler, aber auch Experten für Journalistenausbildung jeweils für zwei Tage nach Lugano gelockt wurden, um Entwicklungspotentiale des Wirtschaftsjournalismus auszuloten.

An einer kleinen Universität läßt sich auch heute noch im Humboldtschen Sinne Forschung in die Lehre integrieren und Lehre aus der Forschung entwickeln. In Lugano soll die Journalismusforschung vorangebracht werden. Stichworte sind hier Qualitätssicherung in der Publizistik durch verbessertes Redaktionsmanagement, insbesondere im Wirtschafts- und Medienjournalismus. Anknüpfend an bereits geleistete Forschungsarbeit, sollten künftige vergleichende Studien sich zunächst auf die Schweiz, auf Deutschland, Italien und die USA beziehen, mit dem Ziel, kulturelle Differenzen und – vor allem – jeweils «best practices» zu identifizieren. Dabei ist es ein Desiderat, die Analyse später auf Frankreich, Großbritannien, Spanien und die skandinavischen Länder auszuweiten sowie Forschungs-Erkenntnisse und Praxis-Know-how in mittel- und osteuropäische Länder zu transferieren.

Zukunftsweisend für die Publizistikwissenschaft selbst scheint vor allem eine verstärkte Analyse des Journalismus aus der Perspektive der Ökonomik: Herkömmliche Medienökonomie gilt es in dieser Richtung weiterzuentwickeln; die gerade von Schweizer Ökonomen in Zürich, St. Gallen und Fribourg entwickelten institutionenökonomischen Ansätze sollten wir systematischer als bisher auch für die Analyse von Medien-, Redaktions- und PR-Arbeit fruchtbar machen. Damit das ambitionierte Projekt gelingt, sind in naher Zukunft weitere Weichen zu stellen:

- Die USI muss mehr Nachwuchsförderung betreiben und zugleich weitere Wissenschaftler anlocken, die auch in Massenmedien publizistisch tätig sind und «öffentlich» wahrgenommen werden. Besonders hohen Stellenwert hat hier – neben dem erwähnten Brückenschlag hin zur Ökonomie – die empirische Kommunikationsforschung. Was derzeit in der Lehre noch durch eine enge Kooperation mit dem in diesem Bereich führenden deutschen In-

stitut für Publizistikwissenschaft der Universität Mainz (Professor Kepplinger, Simone Ehmig) geleistet wird, sollte an der USI mit einer eigenen Professur verankert werden.

- Hochqualifizierte und didaktisch talentierte Redaktoren und Journalisten mit Italienisch bzw. Englisch als Muttersprache sind als Kooperationspartner zu gewinnen. Sie sollten Freude daran haben, ihr Know-how an Studierende zu vermitteln und zugleich neugierig darauf sein, was die Universität als Institution und die Kommunikationswissenschaft als Fach zur Verbesserung des Journalismus und damit auch zur Weiterentwicklung einer publizistischen Qualitätskultur beisteuern können. Im Idealfall wird das Institut mit Redaktionen in Zürich und Mailand, aber auch in London, Brüssel, Berlin, Frankfurt, Hamburg

und Paris vernetzt sein, zugleich aber auch eng mit den lokalen Medien, etwa dem «Corriere del Ticino» und der RTSI kooperieren.

- Alle, die sich an der USI in Forschung und Lehre mit dem Zuliefersystem des Journalismus, also mit PR, Marketing bzw. Unternehmenskommunikation beschäftigen, sollten als Kooperationspartner gemeinsam die wechselseitige Einflußnahme zwischen Journalismus und Organisationskommunikation erforschen, aber auch in der Praxis das komplizierte Zusammenspiel zwischen beiden Bereichen verbessern helfen. Ein Kristallisationspunkt für solche Anstrengungen könnte der bereits existierende Studiengang Master of Public Relations werden, weil über ihn berufserfahrene PR-Praktiker an die Universität Lugano angebunden sind.