

A.1 Obiettivi di ricerca del Dipartimento

Premessa

Il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS) nasce nel 2010 dalla fusione dei Dipartimenti di Sociologia e Comunicazione (DISC) e di Ricerca Sociale e Metodologia Sociologica (RISMES). L'identità del Dipartimento CORIS, caratterizzata dall'intreccio tra saperi comunicativi e ricerca sociale, ne definisce il percorso scientifico e l'offerta formativa. L'attività di ricerca si progetta sulla base delle relazioni con il territorio, con alcuni settori del mondo imprenditoriale e con la rete italiana e, in parte, con quella internazionale della ricerca sociologica.

L'interdisciplinarietà garantita dalla pluralità delle conoscenze presenti in Dipartimento, costituisce un importante elemento di valorizzazione e di integrazione tra ricerca e didattica nella preparazione di professionisti della comunicazione e della ricerca sociale. Infatti, i docenti afferenti al Dipartimento si articolano nei seguenti settori scientifico-disciplinari: il 66,7% nei settori di sociologia generale, di sociologia dei processi culturali e comunicativi e delle sociologie speciali; il 14,8% nei settori storici, giuridici e politici; il 9% nei settori della psicologia, dell'antropologia e delle scienze semiotiche e del linguaggio; il 5,6% nell'area dell'economia e del marketing; il 3,9% nell'area informatica e statistica.

Obiettivi e temi di ricerca

Obiettivo principale dell'attività scientifica del Dipartimento è lo sviluppo di studi e ricerche innovative su temi socialmente rilevanti nel contesto italiano e internazionale, nella prospettiva di costruire prodotti di qualità e di impatto sociale. I principali settori nei quali si concentra l'attività di ricerca del Dipartimento fanno riferimento a due macroaree: lo studio dei fenomeni sociali, con particolare attenzione ai metodi e agli strumenti della ricerca e della valutazione, e lo studio dei processi culturali e comunicativi, con particolare attenzione al rapporto tra media, (mainstream e digitali) e società. Questi settori si intrecciano in una prospettiva interdisciplinare, con quelli delle aree storica, giuridica, politica, psicologica, antropologica, linguistica e semiotica, del management e del marketing. I temi di studio e di ricerca spaziano pertanto dall'immigrazione, alla formazione scolastica e universitaria, alle professioni sociali e comunicative, ai media vecchi e nuovi, alla comunicazione pubblica, politica e sociale, ai *cultural studies*, alla partecipazione civica e politica, ai comportamenti di consumo, alla storia dell'Italia contemporanea, alla sociologia della scienza, alla metropoli, alla condizione e ai comportamenti giovanili, agli stili di vita sostenibili, alla salute, ai metodi e alle tecniche della ricerca sociale, alla valutazione delle performance istituzionali, al lavoro, al marketing e alla comunicazione d'impresa.

Ambiti di ricerca

Relativamente all'anno 2013, le aree nelle quali si inseriscono progetti di ricerca competitivi e i relativi osservatori, riguardano:

- Ambiente, sostenibilità, rischio – Osservatorio CAMBIO;
- Cittadinanza e nuove forme di partecipazione civica e politica – Osservatorio MediaMonitor Politica;
- Formazione, professioni e mercato – Osservatorio Unimonitor.com;
- Giovani, stili di vita e comportamenti rischiosi – Osservatorio Chiediloqui;
- Media, Minori e Media literacy – Osservatorio MediaMonitor Minori;
- Analisi e riflessione critica sugli sviluppi della comunicazione in Italia – Unità di ricerca ScuolaXComunicazione;
- Media, rappresentazioni sociali, stereotipi – Osservatorio Archivio Immigrazione; Osservatorio Carta di Roma;
- Industria culturale e media studies - Osservatorio Cinemonitor;
- Media e studi di genere – Osservatorio GeMMA;
- Media, politica e studio dei pubblici - Osservatorio MediaMonitor Politica;

- Devianza sociale: studi di simulazione e previsione – Osservatorio Cri.Me.Lab;
- Università, riforme e processi di valutazione – Osservatorio Innovazione, riforme, didattica e ricerca;
- Urban Studies – Osservatorio Centro Studi sulla creatività urbana.

I referenti degli Osservatori di Ricerca relativi alle aree sopra indicate sono riportati in dettaglio nel paragrafo B.1b.

Obiettivi di ricerca pluriennali in relazione al piano strategico Sapienza 20012-15

Il Dipartimento Coris, sin dalla sua costituzione, ha configurato i suoi obiettivi in linea con quelli definiti nel **Piano Quinquennale Sapienza 2007-12** e poi confermati nel **Piano Strategico 2012-15**. In particolare, ha assunto a pieno le prospettive indicate dalla Vision di Ateneo “Sapienza è una università autonoma e libera, che partecipa alla comunità scientifica internazionale come istituzione di eccellenza e di qualità” *sviluppando il percorso scientifico e l’offerta formativa degli studi sui media e sulle tecnologie, promuovendo e coordinando le attività di didattica e di ricerca nel campo delle varie aree della sociologia, delle scienze umane e dei media studies, con risultati di alto livello sia in ambito nazionale che internazionale...*”

(Mission Coris, <http://www.coris.uniroma1.it/testo.asp?id=6152>).

L’obiettivo principale del Dipartimento è, dunque, quello di concorrere alla formazione e alla ricerca, in un’ottica di qualità e di apertura internazionale.

Per perseguire tale obiettivo, il Dipartimento ha puntato, sin dall’inizio, su laboratori e osservatori dedicati a supportare la didattica e la ricerca nei principali ambiti di interesse: dalla produzione di prodotti mediali e multimediali all’avanguardia rispetto agli standard di innovazione, specie nel campo dei media studies, allo studio dei principali fenomeni sociali che investono i minori, le minoranze, la politica, le questioni urbane, quelle inerenti la criminalità, la salute e le politiche di inserimento occupazionale, sino ad una osservazione costante dei cambiamenti che intervengono nella governance del sistema universitario e che hanno caratterizzato questi ultimi decenni. Nonostante le difficoltà economiche degli ultimi tempi e la carenza di strutture e di fondi, segnalati dall’Ateneo tra i suoi punti di debolezza, riuscire a perseguire e a mantenere attive ed efficaci tali strutture ed unità di ricerca costituisce per il Dipartimento un punto di forza significativo sotto di vari punti di vista. In primo luogo, perché si tratta di realtà produttive che garantiscono una continuità in termini di produttività scientifica e concorrono a delineare il core business della ricerca del Dipartimento, coerentemente con le sue principali finalità. In secondo luogo, perché nel contribuire ad esplicitarne l’identità, tali centri diventano poli di attrazione anche per scambi culturali e scientifici a livello nazionale e internazionale. In taluni casi, ad esempio, alcune relazioni e collaborazioni con colleghi stranieri sono state favorite proprio dal fatto di essere riconosciuti leader in questi specifici ambiti e attività di studio e di ricerca. Accanto a tali realtà, il Dipartimento persegue gli obiettivi di qualità partecipando a vari bandi di progetti competitivi. Nel 2013 a fronte di 15 progetti presentati, i due terzi sono stati finanziati e, nella maggior parte dei casi, si tratta di progetti iscritti nei filoni specifici della ricerca promossa dal Dipartimento.

L’altra strategia prioritaria del Dipartimento CORIS consiste in azioni volte a favorire l’internazionalizzazione e l’incremento della capacità attrattiva verso l’estero. che la struttura ha deciso di valorizzare sia sul versante della formazione che su quello della ricerca. Al livello didattico, nell’ultimo triennio, si registrano risultati significativi, dato che l’incidenza di immatricolati stranieri ai corsi di laurea triennali e di nuovi iscritti al primo anno dei corsi di laurea magistrali è aumentata progressivamente, passando dal 3,5% nel 2010/11 al 4,6% nel 2011-12 al 5,2% nel 2012/13, con un incremento complessivo nel triennio del 55%. Al livello della ricerca emerge un impegno altrettanto determinato, seppur bisognoso di un maggior supporto. Sempre nell’ultimo triennio è aumentato il numero di dottorandi stranieri (la cui presenza è passata dal 17% al 20%).

Di contro, la quota di *visiting professor* in entrata e in uscita è ancora piuttosto bassa, anche se in parte ciò è dovuto ad un recente ridimensionamento di tali attività determinato da cambiamenti

regolamentari di Ateneo. Sarebbe invece auspicabile l'avvio tempestivo di una politica a sostegno della mobilità dei docenti della struttura, anche al fine di favorire un incremento di partecipazione a scambi e a progetti di ricerca internazionali, oltre che di pubblicazioni scientifiche realizzate con colleghi stranieri; in particolare nell'ultimo biennio 2011-2013, il numero di accordi di scambio e di partecipazione a progetti internazionali si è comunque mantenuto stabile, seppur contenuto a 6 unità. Al momento, carenze finanziarie, problemi strutturali, nonché la presenza di un numero sia pure contenuto di inattivi, ma soprattutto la limitata presenza nei network internazionali in linea con le attività di ricerca svolte, costituiscono ancora problemi da superare e su cui occorre far convergere i maggiori sforzi della struttura.

Rispetto agli obiettivi della Terza Missione, il Dipartimento si caratterizza per un'articolata rete di relazioni con il territorio e con le strutture istituzionali e imprenditoriali più vicine e sensibili al settore dei media e della comunicazione, anche perché ha saputo sfruttare le opportunità proprie del territorio, sin dalla sua attivazione. Del resto, come indicato dal **Piano della Performance Sapienza 2014-2016** (p. 17), *Roma si colloca al secondo posto, dopo Milano, per numero di imprese di servizi di informazione e comunicazione (4,1%) e al primo per incidenza di imprese nelle attività artistiche, di intrattenimento e divertimento (1,6%)*. Negli anni, il Dipartimento ha così consolidato una serie di relazioni – anche mediante convenzioni, partenariati, rapporti di collaborazione – con diverse realtà nazionali e locali: da ministeri a province e regioni, da enti che operano nel settore, come ad esempio la Rai, a ordini e associazioni di categoria, ma anche con organizzazioni non profit e diverse imprese locali e multinazionali. A dispetto del battage mediatico negativo che, specie in quest'ultimo quinquennio, ha investito l'Università e l'area di comunicazione in particolare, il Dipartimento continua a consolidare le sue relazioni e ad accrescere la credibilità acquisita nel territorio. Su tali basi, ha attivato – nell'anno in esame - uno *spin off* (Digicom) finalizzato a promuovere, favorire e sviluppare, con modalità strutturate e definite, ogni forma di scambio culturale con tutti gli altri attori territoriali -istituzionali e non - per concorrere alla divulgazione della conoscenza e allo sviluppo del territorio e della comunità.

Sulla base delle valutazioni e degli obiettivi sinora espressi e delle azioni intraprese, si riporta una matrice SWOT tesa a evidenziare punti di forza e di debolezza delle attività realizzate dal Dipartimento nel 2013 con l'intento di individuare possibili opportunità e minacce che potrebbero intervenire a valorizzare o a inficiare le linee strategiche sino a questo momento individuate:

Punti di forza	Punti di debolezza
Presenza stabile di osservatori e laboratori a sostegno delle attività di ricerca Capacità di attrazione di contratti/convenzioni con enti e imprese a livello nazionale e locale Monitoraggio costante dei fabbisogni formativi alla luce dei fabbisogni del mercato e delle chance occupazionali dei laureati	Scarsità di fondi pubblici e privati per i finanziamenti delle attività di ricerca Carenza di fondi per potenziare il dottorato di ricerca e gli assegni di ricerca Forte peso degli impegni didattici Mancanza di un quadro organico di sostegno nel collegamento con le istituzioni internazionali che finanziano la ricerca
Potenziamento della capacità attrattiva a livello internazionale Ulteriore potenziamento del network relazionale sul territorio Sviluppo di azioni finalizzate alla Terza Missione Incremento della produzione scientifica Necessità di potenziare le azioni di autofinanziamento	Orientamento negativo dell'opinione pubblica nei confronti dell'Università in genere e dei corsi di studio in Comunicazione, in particolare Finanziamenti pubblici decrescenti Carenza di fondi in favore della mobilità dei docenti Mancanza di centri linguistici a supporto della ricerca
Opportunità	Minacce

**In neretto si segnalano i punti del tutto coincidenti con quelli indicati anche nel Piano strategico di Ateneo 2012-2015*

Prospettive per il futuro

Uno degli aspetti che emerge da questa ricognizione è la varietà dei temi di ricerca che se da un lato rivela ricchezza di interessi e di ambiti, dall'altro può nascondere rischio di dispersione e di sovrapposizione. Sarebbe auspicabile una politica della ricerca che individui alcune linee principali di studio nelle quali far confluire la varietà di interessi e approcci espressi dai componenti del Dipartimento, senza che questo comporti la limitazione delle ricerche individuali che rappresentano una specificità e un valore delle Humanities .

Schematicamente, si riepilogano le principali prospettive operative in favore della ricerca che la Commissione ha individuato per il prossimo futuro, anche in considerazione delle indicazioni definite dal Piano Strategico di Ateneo:

- Pianificare le azioni di ricerca e di partecipazione a bandi competitivi, in particolare a livello internazionale, in modo da ottimizzare gli sforzi dei singoli e dei gruppi di ricerca; al riguardo si potranno attivare specifici percorsi di formazione dei ricercatori agli aspetti tecnici della partecipazione ai bandi internazionali, in connessione con i terminali istituzionali italiani
- Attivare sinergie con network internazionali sulle linee principali di ricerca del Dipartimento;
- Potenziare ulteriormente la capacità attrattiva creando maggiore visibilità - anche presso gli Atenei stranieri - delle attività di collaborazione in fieri;
- Individuare modalità atte a favorire la mobilità dei docenti (*visiting* in ingresso e in uscita);
- Intensificare le azioni di divulgazione delle attività della struttura in favore dell'opinione pubblica
- Valorizzare momenti di riflessione e autovalutazione del Dipartimento per valorizzare l'attività scientifica

In considerazione, inoltre, di quanto emerso dall'analisi dei risultati della VQR 2004-2010 del CORIS (cfr. B.3), che mette in luce come, seppur in presenza di una consistente produzione scientifica, si riscontrino criticità in merito all'eccellenza e all'internazionalizzazione dei prodotti sottoposti a valutazione, il Dipartimento dovrà metter in atto opportune attività di sensibilizzazione e di supporto per i propri componenti in relazione ad una migliore selettività nella scelta delle sedi editoriali e delle riviste scientifiche e ad una maggiore attenzione all'inserimento in network internazionali d'eccellenza.