

Le professioni del sociologo della comunicazione

di Anna Irene Cesarano



Lello Savonardo ne *Il sociologo, la comunicazione e il mutamento*, nel volume da lui curato con Annamaria Perino, *Sociologia, professioni e mondo del lavoro* (Egea S.p.A., Milano, 2015), spiega il ruolo dell'esperto di comunicazione incastonato in un quadro sociale complesso e articolato, quale quello della nostra società attuale iper – comunicativa.

La comunicazione è un oggetto di studio affascinante, rappresenta un vasto campo di applicazione in grado di riunire studiosi di diverse vocazioni scientifiche. La Sociologia, come disciplina, ricopre un ruolo fondamentale nella formazione dell'esperto di comunicazione, in specie della Sociologia dei processi culturali e comunicativi e delle relative competenze. La funzione del sociologo è osservare, analizzare, classificare non soltanto fenomeni, ma strutture e sistemi sociali nella loro interezza interpretandone l'andamento, anche attraverso la costruzione di modelli descrittivi. L'oggetto di studio del sociologo può variare in base agli obiettivi della ricerca ed avere, ad esempio,

come oggetto di studio privilegiato gli stili di vita, modelli comportamentali e valoriali di una società, o gli orientamenti di voto, dell'opinione pubblica ecc. Il sociologo della comunicazione deve essere in grado, in primo luogo, di leggere e interpretare "le trasformazioni e i mutamenti che hanno investito la società contemporanea e le diverse forme di comunicazione, che ne costituiscono il quadro di riferimento e di azione" (Savonardo, 2015, p.220). Infatti i media hanno un ruolo di primo piano nell'attuale configurazione sociale e sono strettamente connessi ai processi sociali e culturali moderni.

L'esperto di comunicazione deve cogliere proprio gli effetti sociali e comunicativi del mutamento in atto, appunto, e soprattutto l'influenza che questi processi comunicativi hanno sui sistemi sociali, sulla loro struttura, evoluzione temporale, e in relazione alle altre strutture sociali. La comunicazione costituisce un campo di applicazione molto vasto e la complessità del tema coinvolge anche l'area scientifica di riferimento e le connesse professioni, che hanno subito un'importante svolta grazie all'innovazione dell'offerta formativa accademica. Infatti la nascita della facoltà di Sociologia, tra gli anni '80 e '90, e poi Scienze politiche e Scienze della comunicazione, ha rappresentato un grande passo avanti per le rispettive professionalità.

«Il risultato è stato quello di preparare [...] professioni cardinali della modernità, in grado di rispondere ai mutamenti nel mercato del lavoro» (Morcellini e Valentini 2014, p. 15). Il progetto formativo di Scienze della comunicazione, in particolar modo, sembra progettato ad hoc per una formazione interdisciplinare e convergente verso le Scienze politiche e sociali, in esso infatti vi ritroviamo una vocazione scientifica riconducibile a una pluralità di tradizioni disciplinari e quindi ad ambiti quali la sociologia, la psicologia, l'economia, il diritto, l'antropologia, la storia, la linguistica, la semiotica, la filosofia, la statistica e l'informatica (ivi, p. 20). Il laureato in

comunicazione sembra essere caratterizzato da un'identità multipla, secondo quanto detto da Sergio Scamuzzi (2014) che si riverbera poi nella sua formazione e nell'esercizio della sua professione, infatti questo richiede competenze e abilità differenziate e specializzate. A tutto questo poi, si aggiunge il fatto che le moderne tecnologie digitali creano nuovi strumenti e modalità di accesso, riconfigurando la creazione di contenuti e dei processi produttivi. Il sociologo dei processi culturali e comunicativi ha proprio il compito, infatti, di cogliere e analizzare le trasformazioni sociali, siano esse da una società essenzialmente di massa imperniata sul rapporto tra i mezzi di comunicazione di massa e le comunità tradizionali", a una società definita da Manuel Castells (2000) delle reti. Le reti, sociali e mediali, costituiscono la base della società contemporanea (Castells, 2002) e la loro logica si espande a tutto il sistema economico, politico e culturale, promuovendo un nuovo ordine sociale. "La pluralità delle forme culturali e comunicative e la molteplicità dei contesti sociali pone i sociologi della comunicazione dinanzi alla necessità di comprendere tali mutamenti e di utilizzare categorie interpretative, tradizionali e innovative che permettano di leggere le trasformazioni in atto" (Savonardo, 2015, p.221).

BIBLIOGRAFIA

Savonardo L, (2015) *Il sociologo, la comunicazione e il mutamento*, in *Sociologia, professioni e mondo del lavoro*, Egea S.p. A., Milano

Morcellini, M. e Valentini, E. (2014), *Il progetto culturale di Comunicazione dagli albori ad oggi*, in Morcellini, M, Faccioli, F., Mazza, B., *Il progetto comunicazione alla sfida del mercato. Itinerari e Prospettive dei laureati nel sud Europa*, Angeli, MI

Scamuzzi, S. (2014), *Identità multiple. La riconoscibilità nei confronti del mercato*, in Morcellini, M, Faccioli, F., Mazza, B., *Il progetto comunicazione alla sfida del mercato. Itinerari e Prospettive dei laureati nel sud Europa*, Angeli. MI

Castells, M. (2000), *End of Millennium*, Oxford, Blackwell. Id. (2002), *Galassia internet*, Milano, Feltrinelli.