

Plan 48 Dip. en Educación Social

Asignatura 14592 MEDIOS DE COMUNICACION Y SOCIEDAD

Grupo 1

Presentación

La acción comunicativa como acción social. La comunicación en el proceso educativo. Socialización, comunicación y Lenguaje. Los mass-media y la polivalencia cultural. Utilización de la lengua en los Medios de Comunicación. El lenguaje de la publicidad.

Programa Básico

ÁREA DE LINGÜÍSTICA:

TEMA 1: LA LENGUA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.1. El lenguaje periodístico

- Definición de lenguaje periodístico

- Lenguaje político y lenguaje periodístico

1.2. El español actual en los Medios de Comunicación Social

- Características Generales:

Orden de palabras

Alargamientos de la expresión

Concisión

Uso del verbo y del adjetivo

Vocabulario

Eufemismos

Extranjerismos

1.3. Errores del lenguaje en los medios de comunicación

Ortografía

Morfosintaxis

Léxico

1.4. Sexismo lingüístico y medios de comunicación

-Ejemplos sexistas en los medios de comunicación

TEMA 2: EL ESTUDIO DE LOS SIGNOS COMUNICATIVOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.1. Conceptos de semiótica y pragmática

2.2. Concepto de signo, contexto, situación

2.3. La pragmática: el uso del lenguaje

2.3.1. Lo dicho y lo implicado:máximas conversacionales

2.3.2. Implicaturas

2.3.3. Lo dicho y lo implicado: teoría de la relevancia

2.3.4. La cortesía lingüística

2.3.5. Ejercicios de aplicación práctica

TEMA 3: MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.1. La lengua del cine: gramática del lenguaje cinematográfico

3.2. La lengua de la radio: el lenguaje oral

3.3. La lengua de la televisión: la tertulia

3.4. El lenguaje de la publicidad: análisis de anuncios publicitarios

3.5. El lenguaje de las nuevas tecnologías: la lengua e internet: el chat.

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL

OBJETIVOS

* Conocer los aspectos sociales que integran el lenguaje periodístico.

* Comprensión y acercamiento a los cambios sociales que están provocando los medios de comunicación social.

* Valorar las correspondencias entre los diferentes medios de comunicación y los comportamientos sociales.

* Conocer la influencia de la publicidad en la sociedad.

* Analizar desde un punto de vista crítico los mensajes difundidos por los medios de comunicación social.

CONTENIDO

° Sociología y medios de comunicación.

° Los medios de comunicación de masas.

° La comunicación social.

° Medios de comunicación y educación.

° Los medios de comunicación en la sociedad actual: De la aldea global a la galaxia internet.

Objetivos

Área de Sociología:

- . Situar al alumno en la era de la información.
- . Reflexión sobre la comunicación y la incomunicación humana, fenómenos sociales en la convivencia necesaria.
- . Debate sobre las funciones y disfunciones de los medios de comunicación en la sociedad.
- . Derechos humanos fundamentales respecto a los medios de comunicación social.
- . Conocimiento y estudio de los Grupos más importantes de comunicación y su vinculación con el mundo de las finanzas.
- . Analizar los efectos de los medios de comunicación.
- . Reflexión sobre los criterios de consumo de los medios de comunicación social.

Área de Lingüística:

- . Conocer los principios teóricos de la pragmática y la lingüística para entender los problemas del uso de la lengua en los medios de comunicación social.
 - . Análisis de los recursos lingüísticos empleados en los medios de comunicación.
 - . Conocer y comprender cómo la lengua utilizada en los medios de comunicación social refleja intenciones tanto de los emisores como de las características que estos suponen en sus receptores.
-

Programa de Teoría

ÁREA DE SOCIOLOGÍA:

Tema 1º. Introducción a la Sociología de los Medios de Comunicación Social (M.C.S.): objeto, métodos y técnicas, y sujetos del pensamiento sociológico.

Tema 2º. Medios de Comunicación y Sistema Social.

- Etapas históricas de la comunicación humana.
- Reflexión sobre la comunicación y la incomunicación humana (la "muchedumbre solitaria").
- Situar y analizar las funciones y disfunciones de los M.C.S. en el marco del Sistema Social General de la Acción (Talcott Parsons) y dentro de la Estructura Social en la teoría del Materialismo Histórico (Louis Althusser).
- Influencias que ejercen los distintos regímenes políticos en la práctica de los M.C.S.

Tema 3º. Derechos humanos fundamentales referentes a los M.C.S.

- Estudio de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (O.N.U. 10.12.1948), del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (O.N.U. 16.12.1966) y de la Constitución Española (6.12.1978)
- a. Libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.
- b. Derecho a la intimidad personal y familiar.
- c. Derecho a la libertad de opinión y de expresión.
- d. Conflictos de derechos
- e. La libertad de información, entre el derecho y el poder.

Tema 4º. Presencia y acción de los M.C.S. en nuestra sociedad.

- Analizar los elementos estructurales del sistema de comunicación.
- Presencia de los diferentes M.C.S. en nuestra sociedad.
- Estudio de los emisores:
 - a. Titularidad de los M.C.S.: Grupos Españoles más importantes de comunicación y su vinculación con el mundo de las finanzas. Procesos de oligopolización.
 - b. Posiciones ideológicas y políticas de los M.C.S. de nuestro ámbito.

Tema 5º. Efectos de los M.C.S.

- Reflexión sobre los efectos de los M.C.S.: la violencia a domicilio, la publicidad y la propaganda.
 - Los M.C.S. como instrumentos en procesos divergentes de socialización.
-

ÁREA DE LINGÜÍSTICA:

TEMA 1: LA LENGUA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.1. El lenguaje periodístico

- Definición de lenguaje periodístico
- Lenguaje político y lenguaje periodístico

1.2. El español actual en los Medios de Comunicación Social

- Características Generales:

Orden de palabras

Alargamientos de la expresión

Concisión

Uso del verbo y del adjetivo

Vocabulario

Eufemismos

Extranjerismos

1.3. Errores del lenguaje en los medios de comunicación

Ortografía

Morfosintaxis

Léxico

1.4. Sexismo lingüístico y medios de comunicación

- Ejemplos sexistas en los medios de comunicación

TEMA 2: EL ESTUDIO DE LOS SIGNOS COMUNICATIVOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.1. Conceptos de semiótica y pragmática

2.2. Concepto de signo, contexto, situación

2.3. La pragmática: el uso del lenguaje

2.3.1. Lo dicho y lo implicado:máximas conversacionales

2.3.2. Implicaturas

2.3.3. Lo dicho y lo implicado: teoría de la relevancia

2.3.4. La cortesía lingüística

2.3.5. Ejercicios de aplicación práctica

TEMA 3: MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.1. La lengua del cine: gramática del lenguaje cinematográfico

3.2. La lengua de la radio: el lenguaje oral

3.3. La lengua de la televisión: la tertulia

3.4. El lenguaje de la publicidad: análisis de anuncios publicitarios

3.5. El lenguaje de las nuevas tecnologías: la lengua e internet: el chat.

Programa Práctico

Las prácticas consisten en el análisis de fragmentos de la radio, la televisión y el cine desde una perspectiva pragmalingüística.

Asimismo se realizarán exposiciones en clase de temas que hayan preparado los alumnos desde el punto de vista de aplicación práctica.

Evaluación

La evaluación se basará en los trabajos prácticos realizados por el alumnado, su participación e interés y en un examen de los contenidos del programa que incluye un control de lecturas obligatorias.

La nota final tanto de Lingüística como de Sociología se elaborará en un 20% a partir de los trabajos prácticos y el 80% restante a partir del examen de contenidos y la evaluación continua.

Una vez aprobadas las dos partes de que consta la asignatura, la nota final será la media de las dos calificaciones. En el caso de haber superado únicamente una de las partes, se guardará la nota aprobada hasta septiembre.

Bibliografía

ÁREA DE LINGÜÍSTICA:

Lecturas obligatorias

AGENCIA EFE, 1998,Manual de Español Urgente,Madrid, Cátedra.

Hurtado González, S. El uso del lenguaje en la prensa escrita. Universidad de Valladolid,2003

V. Romero: Lengua española y comunicación. Ariel comunicación. 2002.

A. Grijelmo: La seducción de las palabras. Taurus.2000.

ÁREA DE SOCIOLOGÍA:

DURKHEIM, Emile (1895): "Conclusión" (págs. 145-149) en Las reglas del método sociológico, Ed. Morata, Madrid, 1986 (5ª edición)

CASTELLS, Manuel (1996-1997): La era de la información I y II, Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1998

MACIONIS, John J. - PLUMMER, Ken (1998): "Los medios de comunicación" (Capítulo 21) en Sociología, Ed. Prentice Hall, Madrid, 1999

DELIBES, Miguel(1985): La censura de prensa en los años 40 (y otros ensayos), Ed. Ambito, Valladolid, 1985

RODRIGUEZ BEREIJO, Álvaro (1997): "La libertad de información en la jurisprudencia constitucional" en Rev. CLAVES de Razón Práctica nº 72 (Mayo, 1997)

MAERZI, Lotfi (1998), Informe Mundial sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías, Ed. UNESCO. Acento. Fundación Santa María. UNESCO, 1998-99.

JEREZ, Ariel (1998): "Democracia, bienestar y medios de comunicación audiovisuales" en Retos del Estado del Bienestar en España a finales de los noventa, Ed. Tecnos, Madrid, 1998

Informe anual de la comunicación 2000-2001, Estado y tendencias de los medios en España, Ed. Grupo Zeta

GARCÍA SILBERMAN, Srah y RAMOS LIRA, Luciana: "Violencia a domicilio: el enfoque crítico" en Medios de comunicación y violencia, Instituto Mexicano de Psiquiatría, Fondo de Cultura Económica, México, 1998.
