

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:

- . Proporcionar al alumno los conceptos fundamentales sobre la acción de los MCS.
- . Reflexionar sobre la construcción de la comunicación humana y los fenómenos sociales asociados.
- . Analizar las funciones de los medios de comunicación en la sociedad.
- . 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.
- . Reflexionar 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 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.

AREA SOCIOLOGIA

Tema 1º. Introducción a la Sociología de los Medios de Comunicación Social (M.C.S.): Principales teorías y autores en la comunicación social.

Tema 2º. Medios de Comunicación y Sistema Social.
El proceso de comunicación social: Desarrollo histórico.

Tema 3º. Tipología de los MCS.

Tema 4º. Análisis de los MCS
La construcción social de la señal, el símbolo y el código

Tema 5º Influencia de los MCS
Medios de comunicación y opinión pública
El concepto y la medida de la audiencia
El dominio mediático y la ideología
La libre circulación de información

Tema 7º. La función educativa de los MCS

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.

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:

- . Proporcionar al alumno los conceptos fundamentales sobre la acción de los MCS.
- . Reflexionar sobre la construcción de la comunicación humana y los fenómenos sociales asociados.
- . Analizar las funciones de los medios de comunicación en la sociedad.
- . 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.
- . Reflexionar 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 LINGÜÍSTICA:

TEMA 1: EL ESTUDIO DE LOS SIGNOS COMUNICATIVOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1.1. Introducción a la pragmática: el uso de la lengua en contexto
- 1.2. Algunos conceptos importantes en pragmática.
- 1.3. Principales propuestas teóricas de la pragmática
 - 1.3.1. La teoría de los actos de habla
 - 1.3.2. La lógica de la conversación y las máximas conversacionales
 - 1.3.3. La teoría de la relevancia
 - 1.3.4. La cortesía lingüística

TEMA 2: LA LENGUA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- 2.1. El lenguaje periodístico: introducción y definición del lenguaje periodístico
- 2.2. El español actual en los Medios de Comunicación Social
- 2.3. Errores del lenguaje en los medios de comunicación
- 2.4. Sexismo lingüístico y medios de comunicación

TEMA 3: GÉNEROS DISCURSIVOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- 3.1. La lengua del cine
- 3.2. La lengua de la radio
- 3.3. La lengua de la televisión
- 3.4. La lengua de la publicidad
- 3.5. El uso de la lengua en las nuevas tecnologías

AREA SOCIOLOGIA

Tema 1º. Introducción a la Sociología de los Medios de Comunicación Social (M.C.S.): Principales teorías y autores en la comunicación social.

Tema 2º. Medios de Comunicación y Sistema Social.
El proceso de comunicación social: Desarrollo histórico.

Tema 3º. Tipología de los MCS.

Tema 4º. Análisis de los MCS

La construcción social de la señal, el símbolo y el código

Tema 5º Influencia de los MCS

Medios de comunicación y opinión pública

El concepto y la medida de la audiencia

El dominio mediático y la ideología

La libre circulación de información

Tema 7º. La función educativa de los MCS

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.
