

PROGRAMA D'OPINIÓ PÚBLICA (SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ COL.LECTIVA)

Tercer curs - 1981-82 . Professor: Jordi Berrio

INTRODUCCIÓ

1.- La sociologia de la comunicació com a ciència.

Aproximació a una definició d'aquesta disciplina. Fixació i concreció dels límits de la matèria que anem a estudiar.

Algunes precisions epistemològiques sobre les especificitats de les ciències socials.

2.- Les tècniques de recerca sociològica i les seves aplicacions a la comunicació col.lectiva.

Aspectes generals de la recerca científica. Les etapes d'un procés de recerca sociològica.

La investigació per enquestes. Alguns conceptes fonamentals d'estadística.

Altres tècniques : l'observació.

I EL MARC SOCIOLÒGIC DE LA COMUNICACIÓ COL.LECTIVA

Les estructures fonamentals de la societat. Comunitat i associació. Les societats desenvolupades modernes i les seves característiques més importants.

El públic dispers. Multitud i col.lectivitat o massa.

El concepte de massa. El seu origen històric i les seves característiques.

La comunicació col.lectiva dins de les societats contemporànies. Les funcions que hi realitza.

Aspectes socials dels diferents grups que intervenen en els processos de comunicació col.lectiva.

El poder social, polític i econòmic i els mitjans de comunicació.

a) dins dels Estats i b) a escala internacional.

La denúncia dels aparells culturals de l'imperialisme

II CULTURA I CULTURA DE MASSES

1.- Aspectes generals de la cultura

El concepte de cultura a partir dels treballs de l'antropologia cultural.

El plantejament sociològic del tema.

Els processos de socialització en llurs diferents etapes.

El llenguatge com a element fonamental de la comunicació humana.

El paper dels altres codis. Característiques distintives d'uns i altres.

Alguns conceptes fonamentals de sociolingüística aplicats a la comunicació col·lectiva.

Els casos especials dels nivells de llenguatge periodístic i publicitari.

2.- Els diferents nivells culturals

Les classificacions dels diferents nivells culturals fetes per K. Mannheim, D. MacDonal, E. Shils i altres.

Els casos especials de la cultura popular tant agrària com urbana.

Els nous corrents culturals.

3.- La cultura de masses

Aspectes fonamentals de la cultura de masses.

Les visions integrades i les crítiques.

El cas especial de l'Escola de Frankfurt.

III L'AUDIÈNCIA I ELS EFECTES DE LA COMUNICACIÓ COL·LECTIVA

1.- El comportament del públic davant la comunicació col·lectiva.

L'ús dels mitjans de part del públic. Els casos específics de la premsa, el cinema, la ràdio, el disc, etc.

El públic i la publicitat.

El concepte d'audiència i la seva mesura.

2.- Els efectes dels mitjans de comunicació col·lectiva

Introducció i determinació del tema.

El plantejament psicosocial de la conducta humana.

La persuasió i les seves tècniques.

La tradició nordamericana. Els primers treballs i el seu desenvolupament posterior.

Els efectes en els públics especials.

Anàlisi crítica dels mètodes i plantejaments utilitzats.

3.- L'opinió pública.

Definició d'opinió pública. Anàlisi crítica de la valides del concepte.

Els factors que intervenen en la forja de l'opinió pública.

El paper dels mitjans de comunicació.

Opinió pública i democràcia.

IV LES DISTINTES APROXIMACIONS TEÒRIQUES A LA SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ COL·LECTIVA.

La sociologia de la comunicació nordamericana. Els seus fonaments teòrics; l'empirisme, el funcionalisme, el pragmatisme.

L'Escola crítica de Frankfurt. Els seus fonaments: Hegel, Marx i Freud. Orígen i evolució d'aquesta escola.

La crítica marxista radical.

Els intents de proporcionar opcions teòriques alternatives.

GENERALITATS SOBRE EL CURS I PROCEDIMENTS D'AVALUACIÓ

El curs es desenvolupa segons dues perspectives complementàries: la teòrica i la pràctica. La perspectiva teòrica se satisfarà amb les explicacions a classe, les discussions generalitzades i les lectures que l'alumne haurà de realitzar durant el curs. La perspectiva pràctica vindrà donada per l'observació i estudi de realitats concretes escollides dintre del complex món de la comunicació social. A conseqüència d'això, l'avaluació de cada alumne serà feta a partir de : dos exàmens i un treball.

Els exàmens es faran prenent com a base la matèria explicada a classe i el complement bibliogràfic corresponent. Els dits exàmens seran alliberatoris de matèria. Els qui tinguin suspesa una de les proves podran recuperar la matèria al final del curs.

El treball es realitzarà cada alumne sobre un tema que haurà de decidir conjuntament amb el professor de l'assignatura. Es tractarà d'una petita investigació sobre un tema concret d'una extensió im-

portant. No s'acceptaran treballs que no hagin estat acordats prèviament amb el professor.

Per tal de superar la matèria, és imprescindible presentar el treball i que el conjunt dels exàmens mereixin la qualificació mínima d'aprovat. El treball farà promig amb els exàmens sempre que aquests hagin estat aprovats.

Els alumnes que, per les raons que siguin, no hagin retut els exàmens parcials ni presentat el treball corresponent es presentaran a un exàmen final de tota la matèria compresa al programa. Aquests alumnes hauran de presentar una memòria d'un mínim de 20 pàgines sobre les lectures que hagin fet i la seva visió de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA FONAMENTAL

Jean Piaget y otros Tendencias de la investigación en las ciencias sociales. Alianza Universidad. Madrid, 1976.

Elisabeth Noelle Encuestas en la sociedad de masas. Alianza Editorial. Madrid, 1970.

Fr. Balle et J. Padioleau Sociologie de l'information. Textes fondamentaux. Larousse Université. París 1973.

Miquel de Moragas (ed.) Sociología de la comunicación de masas. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

Horst Holzer Sociología de la Comunicación. Akal Editor. Madrid, 1978

Jean Cazeneuve La sociedad de la ubicuidad. Gustavo Gili Editor. Barcelona, 1978.

Th.W. Adorno y M. Horkheimer Sociológica. Taurus. Madrid, 1971

Marino Livolsi Comunicazioni e cultura di massa. Testi e documenti. Ulrico Hoepli Editore. Milano.

Salvador Giner Sociedad massa: crítica del pensamiento conservador. Ediciones Península, Barcelona, 1979.

D. Bell y otros Industria cultural y sociedad de masas. Monte Avila Editores. Caracas, 1969.

Herbert Marcuse Per una nova definició de cultura. Edicions 62. Barcelona, 1971.

A. Moles Sociodynamique de la culture. Mouton. París, 1971.

- Mario Maffi La cultura underground. Anagrama Ediciones de bolsillo nº 416-17. Barcelona, 1972.
- E. T. Hall Más allá de la cultura. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1978.
- J.S. Kahn El concepto de cultura: Textos fundamentales. Editorial Anagrama. Barcelona, 1975.
- Herbert Marcuse L'home unidimensional. Edicions 62. Barcelona, 1968. Versió espanyola a Editorial Seix y Barral.
- Marcel Martinet Culture proletarienne. Editorial Maspero. París, 1973.
- J. Klapper Efectos de la comunicación de masas. Editorial Aguilar. Madrid, 1974.
- D. Krech y otros Psicología social. Biblioteca Nueva. Madrid, 1972.
- J.A.C. Brown Técnicas de Persuasión. Alianza Editorial. Madrid, 1977.
- A. Sauvy La opinión pública. Oikos-Tau. Barcelona, 1971.
- K. Young y otros La opinión pública y la propaganda. Paidós. Buenos Aires.
- Jürgen Habermas Historia y crítica de la opinión pública. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1971.
- K. Young Psicología social de la opinión pública y los medios de comunicación. Paidós. Buenos Aires.
- Jean Baudrillard Crítica de la economía política del signo. Siglo XXI Editores. Madrid
- M. McLuhan La comprensión de los medios como extensiones del hombre. Editorial Diana. México.
- H.I. Schiller Comunicación de masas e imperialismo yanqui. Gustavo Gili. Barcelona, 1976.
- A. Mattelart La comunicación masiva en el proceso de liberación. Siglo XXI de editores. México, 1974.
- Frances Vallverdú El fet lingüístic com a fet social. Edicions 62. Barcelona, 1977.
- Enric Saperas Poder i mitjans de comunicació de masses: l'Escola de Frankfurt. a ANÁLISIS nº 1, juny de 1980.
- Martin Jay La imaginación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt. Taurus. Madrid, 1974.