

OPINIÓ PÚBLICA

• PROF.: Manuel Parés
3er. curs Periodisme CODI 3019

1.- Concepte de sociologia de la comunicació col·lectiva. Natura-
lesa, evolució històrica i funcions. Principals corrents doctrinals:
funcionalista, escola crítica, escola marxista. Comunicació i cultura
de massa en una societat concreta. Contextualització de la comuni-
cació de massa.

2.- Relació amb altres ciències socials: sociologia, sociologia
política, psicologia social, història, antropologia cultural, econo-
mia i dret, així com amb la sociolinguística.

3.- Relacions amb la sociologia: home massa, massa, massificació
i societat de massa. Grup social: primari i secundari; formal i infor-
mal. Canvi social i comunicació i cultura de massa.

4.- Relacions amb la sociolinguística: la llengua com a instru-
ment de comunicació, de cultura i d'integració social. Concepte i
contingut de la sociolinguística. Llengües en conflicte. Bilingüisme.
Diglossia. Sociolinguística i comunicació col·lectiva.

5.- Relacions amb la sociologia política: El poder. La ideologia
i els interessos. Poder executiu, poder legislatiu i poder judicial.
Els funcionaris. Els partits polítics. Grups d'interessos i grups
de pressió. Llurs relacions amb la comunicació col·lectiva.

6.- Les èlits dirigents. Els líders polítics i els socials.
Els líders d'opinió. Els intel·lectuals. Els professionals de la
comunicació col·lectiva. Els ídols socials.

7.- La comunicació política: concepte, característiques i func-
cions. L'emissor com a òrgan de poder. Tipologia de l'emissor segons
el sistema polític o econòmic, així com segons els distints poders.
El rol de l'educació i de la cultura polítiques. La informació i
la propaganda polítiques. El marketing polític. La propaganda electo-
ral.

8.- Id, id. La imatge dels polítics. El rol de les relacions
públiques. La política com a espectacle i el paper dels mitjans de
comunicació de massa. El comportament polític del ciutadà i de l'opi-
nió pública. La despolitització.

9.- Relacions amb la psicologia social: les actituds, les cren-
ces, els prejudicis, els estereotips, els mites i les imatges. Llu-
procés de formació i incidència sobre la comunicació col·lectiva.

10.- Relacions amb l'economia: La recerca científica i el pro-
grés tecnològic, amb caràcter general i en el camp de la comunicació.
La societat industrial i la societat postindustrial. El consum, la
societat de consum i el consumidor. El paper de la publicitat.

11.- Relacions amb l'antropologia cultural: la cultura, els
seus distints conceptes i enfocaments. Cultura i civilització. L'acul-
turació. Alguns tipus de cultura: cultura acadèmica, cultura científ-
ica, cultura popular, cultura obrera i cultura alternativa. La cultura
i els joves. Política cultural, desenvolupament cultural, planifica-
ció cultura i acció cultural. Política cultural i política de comuni-
cació.

12.- La cultura de massa: concepte, característiques i funcions.
En funció dels distints mitjans de comunicació. La cultura de massa
com a cultura mosaic. Tesis favorables i tesis oposades. La cultura
de massa i la publicitat. La dimensió econòmica de la cultura de
massa. La indústria cultural: creació, producció distribució i con-
sum. Paper del marketing. Els efectes de la cultura de massa. La
uniformització de comportaments i la mediocritat.

SOCIOLÒGIA DE LA COMUNICACIÓ I PROCES DE COMUNICACIÓ.

13.- L'emissor: concepte i característiques segons els diferents mitjans i formes de comunicació col·lectiva. Estructura jurídica, econòmica, empresarial, tècnica i funcional. El "Gatekeeper". Els emissors transnacionals. El paper dels mitjans de comunicació segons els distints mitjans i formes de comunicació. Les empreses multimedie.

14.- El receptor individual. Paràmetres sociològics més importants: edat, sexe, estat civil, treball o professió, nivell educatiu, nivell cultural, status social, status econòmic, habitat, ideologia i militància, lleures, grups associatius, actituds socials, etc.

15.- El receptor individual en funció de la informació, la propaganda, la publicitat i les relacions públiques. Segons la premsa, la ràdio, la televisió, el cinema, les noves tecnologies i d'altres mitjans. L'accés al mitjà d'informació.

16.- L'audiència: concepte, naturalesa i característiques. Segons els mitjans i les formes de comunicació de massa. Estudis qualitatius i quantitatius. El paper de la violència, les perturbacions psíquiques i físiques, etc.

17.- Els efectes de la comunicació i de la cultura de massa: concepte i característiques. Les principals teories. La "agenda setting". En funció dels distints mitjans i formes de comunicació col·lectiva. Segons els distints paràmetres sociològics.

L'OPINIÓ PÚBLICA I D'ALTRES INSTITUCIONS

18.- Concepte d'opinió individual, d'opinió de grup i d'opinió pública i llurs característiques respectives. Elements que formen, modifiquen o consoliden l'opinió pública.

La ideologia, els interessos, els mites, els prejudicis i els estereotips com a factors condicionants. Formes d'expressió de l'opinió pública. Tipologia sobre l'opinió pública. Els corrents d'opinió segons els distints sistemes polítics i econòmics.

19.- La funció i el paper dels mitjans de comunicació de massa, segons els continguts de les distinutes formes de comunicació, en la formació de l'opinió pública. La seva relació amb l'actualitat, Continuitat i canvi. El rol dels líders d'opinió. Formes de control. Els sondeigs d'opinió. Opinió pública i comunicació política. L'opinió pública com a mite.

20.- L'educació com un procés de comunicació. La comunicació de massa com a instrument educatiu, com a educació permanent i com a educació paral·lela. Els efectes educatius de la informació. La utilització de les tècniques de la comunicació de massa al servei de l'ensenyament. Interrelacions entre propaganda i educació. La publicitat i l'educació del consumidor. La funció educativa dels diferents mitjans de comunicació de massa. La pedagogia dels mitjans de comunicació en el sistema educatiu.

21.- L'oci. Concepte de treball i de temps lliure. Concepte d'oci, característiques i funcions. Tipus d'oci. Oci i cultura. Oci i esport. Oci i espectacle. Relació entre l'oci i els diferents mitjans de comunicació de massa.

22.- La política nacional de comunicació: concepte i característiques. En funció dels diferents models de desenvolupament de la societat. Paper de l'educació, de la ciència i de la cultura. El rol dels mitjans de comunicació. Especificitat de cada política nacional de comunicació segons el sistema polític i econòmic. La participació del ciutadà en la comunicació de massa. La influència de la comunicació i de la cultura de massa transnacionals.

B I B L I O G R A F I A

23.- Una perspectiva sobre el futur de la societat de la comunicació: progrés tecnològic i noves tecnologies. La informatització de la societat. El futur del sistema democràtic. La prepotència de la televisió i la problemàtica dels mitjans impressos: premsa i llibre. El futur de la ràdio. Les relacions cinema-televisió.

Els perills d'una informació cada vegada més condicionada. Interrelacions entre informació i propaganda. El desenvolupament de la publicitat, i de les seves tècniques, i el de les relacions públiques. La cultura de massa transnacional.

CRITERIS D'AVALUACIÓ

1) Un treball de recerca sobre un tema molt concret, proposat per l'estudiant i acceptat pel professor. Ambdós definiran conjuntament els objectius, contingut i metodologia. L'extensió mínima és de 30 pàgines mecanografiades. Data de lliurament: abans de l'acabament del segon trimestre.

2) Una prova escrita al final de curs sobre el programa.

3) Una exposició oral a classe.

4) Qualsevolga altra activitat complementària que el professor consideri oportuna per tal de completar el desenvolupament de la matèria.

OCTUBRE 1987

Tot servirà aprofitar una bibliografia bàsica i orientativa per tal de poder preparar els diferents temes del programa. Per altra banda, pot servir de referència per a l'elaboració del treball de recerca que cada estudiant cal fer realitzar.

Mai es proporciona la bibliografia en castellà i en català, car es fa més a l'abast de l'estudiant.

GENERAL I CAPÍTOL 1-2

- BALLE, Francis, Información y sociedad antiguos y nuevos desafíos, Editorial Universidad de Navarra, Pamplona, 1983
- BIGLY, Lothar, Crítica de la teoría burguesa de la comunicación de masas, estudio preliminar y trad. de Vicente Benítez, Ediciones de la Torre, Madrid, 1972.
- CAZENAVE, Jean, La sociedad de la ubicuidad, s/n., Gustavo Gili, Barcelona, 1964.
- CAZENAVE, Jean, Sociología de la radio-television, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1967.
- CURRAN, J., GUREVITCH, M., Collage TV, Sociedad y comunicación de masas, Fondo de Cultura Económica, México, 1973
- HOLZER, Sociología de la comunicación, s/n, Madrid, 1978.
- JAY, Martin, La imanación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt, Ed. Taurus, Madrid, 1974
- MC BRAID, S., i altres, Un solo mundo, múltiples voces (Comunicación e información en nuestro tiempo), UNESCO, Fondo de Cultura Económica, México, 1980
- DE GUAIL, D., Sociología de los medios de comunicación, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1970
- LATTES, A., Multinacionales y sistemas de comunicación, Ed. Siglo XXI, México, 1975
- MOLAGAS I SPA, Miquel de, Sociología de la comunicación de masas, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 3a ed., 4 vols., 1975
- MOLAGAS I SPA, Miquel de, Teorías de la comunicación, (investigaciones sobre medios en Europa y América), Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- PALÉS I MARÍAS, Manuel, BAGET, J.M., BENÍTEZ, J., FANCELLI, A., GOMEZ BENOSA, M., GONZALEZ DE LA FUENTE, I., SOLLAERT, J., GARCIA, E., La televisión a la Catalunya autònoma, Ed. 62, Barcelona, 1981
- GIFREU, Josep, (Mº José Recoder Sellarés i Joan M. Corbella, Secretaris d'Investigació), Comunicació, llengua i cultura a Catalunya (Horitzó 1990), Institut d'Estudis Catalans. Barcelona, 1986.

SÁPERAS, Enric, La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos, Ed. Ariel, Barcelona, 1965

SCHIFF, Anthony, La política de la información (Problemas de política en los medios de información modernos), Fondo de Cultura Económica, México, 1966

SCHILLER, H., Comunicación de masas e imperialismo yanqui, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1976. Si ha una otra edición, publicada por Ed. Akal, Madrid, 1976

Sociología de las Relaciones Públicas, Instituto de Ciencias Sociales, Diputación de Barcelona, 1968

CAPÍTOL 3

GINER, Salvador, Sociedad de masa, Ed. Península, Barcelona, 1977

JOHNSON, H.M., SPROTT, W.J.K., Sociología y psicología social del grupo, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1968

KDRNHAUSER, W., Aspectos políticos de la sociedad de masas, Amorrortú, Buenos Aires, 1969.

SCHAFFERS, B., Introducción a la sociología de grupos, Ed. Herder, Barcelona, 1964.

CAPÍTOL 4

NINYOLÉS, R.LL., Idioma y poder social, Ed. Técnica, Madrid, 1973

STRUBELL, M., Llengua i cultura als Països Catalans, Ed. La Narrativa, Barcelona, 1960

VALLVERD, P., El fet lingüístic com a fet social, Ed. 62, Barcelona, 1973

Id. id., Aproximació crítica a la sociolinguística actual, Ed. 62, Barcelona, 1960

CAPÍTOL 5

BOTTOMORE, T., Sociología política, Ed. Aguilar, Madrid, 1962

DUVERGER, M., Sociología política, Ed. Ariel, Barcelona, 1972

POULANTZAS, Nicos, Poder político y clases sociales en el Estado capitalista, Siglo XXI eds., México, 1973

SCHERRERICHEN, R.A., El poder y la sociedad, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1963

CAPÍTOL 6

BROUINE, C.G., COHN, T.S., El estudio del lenguaje, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1966.

COFER, L.A., Hombre de ideas (El punto de vista de un sociólogo), Fondo de Cultura Económica, México, 1968

GRAMSCI, A., Los intelectuales y la civilización de la cultura, Nueva Visión, Buenos Aires.

CITRA, Benjamín, Una sociología de los intelectuales, Ed. Vicens Vives, Barcelona, 1977

SPROTT, W.J.K., Psicología y sociología del lenguaje, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1971

SPROTT, W., Psicología social y lenguaje, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1971

CAPÍTOL 7

BODRILLOTTI, R., Los medios de la información, Ed. 62, 1972

DEUTSCH, W., Los servicios del gobierno (Topics de comunicación y de control políticos), Ed. Paidós, Buenos Aires, 1968

ESTEBAN, Jorge de, Por una comunicación democrática, Fernando Torres ed., Valencia, 1970

FAGEN, R., Política y comunicación, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1969.

HIRSCH-WEISER, M., La política como conflicto de intereses, Ed. Técnica, Madrid, 1972

LAZARSFIELD, P., BERELSON, B., GAUDET, P., El pueblo elegido, Ed. 3, Buenos Aires, 1962

HOODIE, G., STUART-HARRISON, G., Opiniones, públicos y grupos de presión, Fondo de Cultura Económica, México, 1975

PÀMÉ I RAICAS, Manuel, La ideología regional de la prensa catalana (1966-1973) Ed. 62, Barcelona, 1974

PIEZ, L.J., Evolución política y comunicación de masas, Ed. Trotta, Buenos Aires, 1969

WEDEL, Georges, introd. y direc., la despolitización, Ed. Técnica, Madrid, 1973

CAPÍTOL 8

HEINZ, H., Los prejuicios sociales, Ed. Técnica, Madrid, 1968.

GARCIA PELAYO, Manuel, Mitos y símbolos políticos, Ed. Taurus, Madrid, 1964

LIPPERMANN, H., La opinión pública, Compañía General Fabril, Buenos Aires, 1964

SAUVY, A., Los mitos de nuestro tiempo, Ed. Labor, Barcelona, 1965

YOUNG, K., Psicología social del prejuicio, Ed. Prida, Buenos Aires, 1969.

CAPÍTOL 10

BAUDRILLARD, J., La sociedad de consumo, Ed. Plaza y Janés, Barcelona, 1974

BELL, D., El advenimiento de la sociedad postindustrial, Alianza Editorial, Madrid, 1976

KATONA, G., La sociedad de consumo de masas, Ed. Rialp, Madrid, 1968

THUILLAIN, A., La sociedad postindustrial, Ed. Ariel, Barcelona, 1971

CAPITOL 11

- BIGGIN, G.J.E., Examen de la cultura popular, Fondo de Cultura Económica, México, 1962
KAHN, J.S., El concepto de cultura: textos fundamentales, Ed. Anagrama, Barcelona, 1975
Políticas culturales en Europa, Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica, Madrid, 1970
SÁNCHEZ DE HOCGAJO, J., La cultura: reproducción e cambio, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1979
SÁNA, Meléno, Cultura proletaria y cultura burguesa, Ed. Zeta, Madrid, 1972
UNESCO, El desarrollo cultural, experiencias regionales, París, 1980

CAPITOL 12

- BELL, S., y otros, Industria cultural y sociedad de masas, Bente Avila, Caracas, 1974 (hi ha una edición anterior, similar, La industria de la cultura, Alberto Corazón, Madrid, 1969
EGC, Umberto, Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas, Ed. Lumen, Barcelona, 1968
LAFFI, U., La cultura underground, Ed. Anagrama, Barcelona, 1975, 2 vols.
LATTELAUT, Armand, La cultura como empresa multinacional, Ed. Era, México, 1974
MOLES, A., Sociodinámica de la cultura, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1978
MORIN, E., El espíritu del tiempo, (ensayo sobre la cultura de masas), Ed. Taurus, Madrid, 1968
ROSITI, Franco, Historia y teoría de la cultura de masas, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1980
SJÖRENSSON, A., El mito de la cultura de masas, La Red de Jonás, Promé Editora, México, 1979

CAPITOLS 13 AL 16 (VEURE, EN RE, OBRES GENERALS)

- LAZENCOVA, J., El hombre telepectador, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1974
GRALL-IGLE, R., La televisión y la gente, Bente Avila Ed., Caracas, 1978
MARTÍN SERBANO, Manuel, El uso de la comunicación social por los españoles, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982
ROMAÑO, Vicente, Los intermediarios de la cultura. Los emisores en el proceso de comunicación social, Cuadernos de Comunicación, Pablo del Río, ed., Madrid, 1977
VALBUENA, Felicísimo, Receptores y audiencias en el proceso de comunicación, Cuadernos de la Comunicación, Pablo del Río ed., Madrid, 1976

CAPITOL 17 (veure, també, obres generals).

- BERRIO, Jordi, Teoría social de la persuasión, Ed. Mitre, Barcelona, 1983.
COHEN-SEAT, G., FOUGEYROLLAS, P., La influencia del cine y de la televisión, Fondo de Cultura Económica, Méxicom 1967.
HALLORAN, J., Los efectos de la televisión, Editora Nacional, Madrid, 1974.
KATZ, E., LAZARSFELD, P., La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas, Ed. Hispano Europea, Barcelona, 1979.
KLAPPER, J., Efectos de la comunicación de masas, Ed. Aguilar, Madrid, 1974.
SAPERAS, Enric, Efectos cognitivos de la comunicación de masas, Ed. Ariel, Barcelona, 1987.

CAPITOLS 18-19

- BÖCKELMANN, F., Formación y funciones sociales de la opinión pública, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
COSSIO, Carlos, La opinión pública, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1973.
DIEZ NICOLAS, Juan, Los españoles y la opinión pública, (HABERMAS) Editora Nacional, Madrid, 1976.
HABERMAS, J., Historia y crítica de la opinión pública, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
LANE, R., SEARS, E., DAVID, C., La opinión pública, Ed. Fontanilla, Barcelona, 1967.
LOPEZ PINTOR, Rafael, La opinión pública española: del franquismo a la democracia, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid 1982.
RIVADENEYRA, R., La opinión pública, Trillas Ed., México, 1979.
ROVIGATTI, V., Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública, CIESPAL, 1981.
SAUVY, A., La opinión pública, Ed. Oikos-Tau, Barcelona, 1970.
STOETZEL, J., Teoría de las opiniones, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1972.

STOETZEL, J., Las encuestas de la opinión pública, Editora Nacional, Madrid, 1973.

YCUNG, K., La opinión pública y la propaganda, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1967.

Id, id., Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1969.

CAPITOL 20

CERVERA, Juan, Otra escuela (Cine, radio, TV, prensa), SM, Ed. Madrid, 1977.

ERAUSQUIN, M.A., y otros, Los telenños, Ed. Laia, Barcelona, 1981.

JAMISON, D.T., MC ANANY, E., La radio al servicio de la educación y el desarrollo, Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, 1981.

PARES I MAICAS, Manuel, El papel de la información en la educación permanente y en la enseñanza universitaria, Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, Bellaterra, 1984.

PORCHER, L., La escuela paralela, Kapelusz, Buenos Aires, 1970.

VEURA, Carlos, La prensa a la escuela, Ed. Marsiega, Madrid, 1979.

CAPITOL 21

DUMAZEDIER, Joffre, Hacia una civilización del ocio, Ed. Estela, Barcelona, 1964. Hi ha una nova edició de l'Ed. Laia.

GRAZIA, Sebastian de., Tiempo, trabajo y ocio, Ed. Tecnos, Madrid, 1966.

LOPEZ ANDRADA, Benito y otros, Tiempo libre y educación, Ed. Escuela Española, Madrid, 1982.

RACIONERO, Lluís, Del paro al ocio, Ed. Anagrama, Barcelona, 1983.

SUE, Roger, El ocio, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.

CAPITOLS 22-23 (veure, a més, les obres generals)

FLICHY, P., Las multinacionales del audiovisual (por un análisis económico de los media), Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

GIFREU, Josep, El debate internacional de la comunicación, Ed. Ariel, Barcelona, 1986.

HAMELINK, C., La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación mundial, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

La sociedad de la información, Fundesco-Tecnos, Madrid, 1983, 3 vols.

LUSSATO, Bruno., El desafío informático, Planeta, Barcelona, 1981.

MARTIN, J., La sociedad interconectada, Ed. Tecnos, Madrid, 1980.

MATTELART, A., Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites, Siglo XXI, Ed. México, 1972.

MC BRIDE y otros, Un sólo mundo, múltiples voces, Unesco, Fondo de Cultura Económica, México, 1980.

RISPA, Raúl., ed Nuevas tecnologías en la vida cultural española, FUNDESCO, Madrid, 1985.

RUIZ ELBRIDGE, Alberto (compilador), El desafío jurídico de la comunicación internacional, ILET, Ed. Nueva Imagen, México 1979.

SOMAVIA, Juan y otros, La información en el nuevo orden internacional, ILET, México, 1977.

SCHILLER, H., El poder informático, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

- Mario Raffi La cultura underground. Anagrama. Barcelona, 1972.
- J.S. Khan El concepto de Cultura; Textos fundamentales. Editorial Anagrama. Barcelona, 1975.
- Herbert Marcuse L'home unidimensional. Edicions 62. Barcelona, 1968
Hi ha una versió espanyola a la Editorial Seix y Barral.
- Marcel Martinet Culture prolétarienne. Editorial Maspero. París, 1973.
- J. Klepper Efectos de la comunicación de masas. Editorial Aguilar, Madrid, 1974.
- J.A.C. Brown Técnicas de Persuasión. Alianza Editorial. Madrid, 1977
- Jordi Berrio Teoría social de la Persuasión. Editorial Mitre, Barcelona, 1983.
- Ellie t Aronson El animal social. Introducción a la psicología social. Alianza Editorial. Madrid, 1981.
- 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.
- 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.
- Francesc Vallverd El fet lingüístic com a fet social. Edicions 62. Barcelona, 1977.
- Enric Soperas Poder i mitjans de comunicació de masses: L'Escala de Frankfurt. a ANÀLISI nº 1 juny de 1980.
- Martin Jay La imaginación dialéctica. Una historia de la escuela de Frankfurt. Taurus. Madrid, 1974.
- M.L. DeFleur y S. Ball-Rokeach Teorías de la comunicación de masas. Ediciones Paidós. Barcelona, 1982.

OPINIÓ PÚBLICA
PROF.: JORDI BERRIO
3er. CURS CODI 3019

A) TEMARI

Introducció al curs

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.

I - EL MARC SOCIOLOGIC DE LA COMUNICACIÓ COLLECTIVA

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

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

El concepte de "massa". El seu origen històric i les seves característiques. Crítica d'aquest concepte.

La comunicació col·lectiva dins 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.

La denúncia dels denominats "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 i de la Sociologia.

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 llenguatges periodístic i publicitari.

2.- Els diferents nivells culturals

Les classificacions fetes per K. Mannheim, D. McDonald, E. Shils i d'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 seves característiques més importants.

Les visions integrades i crítiques de la cultura de masses.

III - L'AUDIÈNCIA I ELS EFECTES DE LA COMUNICACIÓ COLLECTIVA

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

L'ús dels mitjans de part del públic. Els casos específics dels diferents mitjans. El públic i la publicitat.

El concepte d'audiència i la seva mesura.

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

Concreció del tema i determinació del seu abast.

El plantejament psicosocial de la conducta humana.

La influència en la conducta d'altri. La persuasió i llurs tècniques. Els diferents corrents que han estudiat el tema.

Els efectes estudiats empíricament. La tradició nordamericana, origen i desenvolupament.

Els estudis d'efectes en públics especials.

Analisi crítica dels mètodes i plantejaments utilitzats.

Les noves perspectives obertes sobre el tema per diferents investigadors europeus.

3.- L'opinió pública

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

Els factors que intervenen en la forja de l'opinió pública. El paper dels mitjans de comunicació i altres factors. Opinió pública i democràcia.

IV - LES DISTINTES APROXIMACIONS TEÒRIQUES A LA MATERIA.

La recerca als Estats Units. La "Mass Communication Research".

Els treballs posteriors.

Les primeres aportacions marxistes a la sociologia de la comunicació (W. Benjamin, B. Brecht).

Els mitjans com a instruments de la revolució (Lenin, Gramsci, Trotsky). Altres escoles marxistes.

La sociologia de la comunicació a Europa.

La recerca de paradigmes adients per a una nova teoria social de la comunicació.

B) BIBLIOGRAFIA

Jean Piaget i altres 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. Padiolleau Sociologie de l'information. Textes fondamentaux. Larousse Université. París, 1973.

Miquel de Moragas ed. Sociología de la Comunicación de Masas. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1982.

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

Th. W Ador no y M. Horkheimer sociología. Taurus. Madrid, 1971.

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

Salvador Giner Sociedad Massacrítica del pensamiento conservador. Ediciones Península. Barcelona, 1979.

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

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

- 15º.- La consolidación de los Estados Centrales: Ilustración burguesa y periodismo regular:
I: Los países de la vertiente mediterránea de Europa Occidental y sus zonas de influencia.
- 16º.- II: Los países de la Europa Continental y sus zonas de influencia.
- 17º.- III: Los países de la Europa Atlántica y sus zonas de influencia.
- VI.- EL PASADO RECIENTE DE LA CULTURA OCCIDENTAL. LA INFORMACION DIARIA.
- 18º.- El surgimiento de la prensa de masas. Riesgos generales del siglo XIX hasta la I Guerra Mundial, en Europa Occidental.
- 19º.- Prensa de élite y prensa de masas en la Europa Occidental:
I: los modelos francés y británico
- 20º.- II: la construcción de los estados nacionales alemán e italiano.
- VII.- PASADO LEJANO Y RECIENTE DE OTRAS CULTURAS: AMÉRICA.
- 21º.- Pasado lejano y reciente de América meridional y central
- 22º.- Pasado lejano y reciente de América septentrional.
- VIII.- EL PASADO PROXIMO. INFORMACION Y ACTUALIDAD EN LA ALDEA TRANSNACIONAL
- 23º.- La crisis del dominio imperial de Europa Occidental, de la rebelión a la integración de las masas en el Centro Hegemónico: modelos estatales liberales y autoritarios, hacia la Europa comunitaria.
- 24º.- Desplazamiento del Centro Hegemónico a Estados Unidos y la Unión Soviética: la participación de las masas en las tecnocracias transnacionales y los conflictos por la conquista del espacio.
- 25º.- Guerras mundiales y localizadas en el siglo XX, en el peso de la conquista de la Tierra a la conquista del espacio:
I: El sistema neurálgico transnacional de la Cultura de Masas y el Nuevo Orden de la Información y la Comunicación.
- 26º.- II: La Cultura de Masas y el dominio de la Tierra desde el espacio, "guerra fría" y "coexistencia pacífica".

La Historia General de la Comunicación Social estudia la génesis histórica del sistema normativo complejo que gobierna hoy nuestras relaciones comunicativas, en los colectivos sociales pertenecientes a la Cultura Occidental. Tal conocimiento histórico resulta imprescindible para una mejor comprensión del funcionamiento actual de la comunicación social: un conocimiento que toma en consideración tanto la globalidad compleja de los fenómenos comunicativos, en su doble repercusión personal/colectiva, como su dinamicidad histórica, es decir, su transformabilidad. En consecuencia, el estudio de la Historia General de la Comunicación Social no se reduce a la historia de los medios de comunicación de masas, sino que analiza su función histórica en el marco complejo de las relaciones sociales personal/colectivas, es decir, partiendo de las relaciones comunicativas que los seres humanos concretos establecen con nuestros ecosistemas comunicativos.

El estudio de la transformación histórica del funcionamiento de la comunicación social, o, si se prefiere, del funcionamiento de la vida social considerada como un conjunto de relaciones comunicativas que los seres humanos establecen entre sí y con su entorno, exige realizar aproximaciones transdisciplinarias y, en consecuencia, implica problemas epistemológicos y teóricos derivados de las aportaciones y limitaciones de diversas disciplinas académicas, como son la Historia y las que consideran, desde distintos ángulos, la comunicación social (Semiótica, Antropología, Psicología, Lingüística, Cinéctica... Cibernetica). Los principales de estos problemas (teoricismo logocéntrico, presentismo y parcialización de la vida social y la existencia humana en "objetos