

¿Cómo se «habla» en los cibermedios?

El español coloquial en el periodismo digital

Bearbeitet von
Ana Mancera Rueda

1. Auflage 2011. Taschenbuch. 306 S. Paperback
ISBN 978 3 0343 1070 3
Format (B x L): 15 x 22 cm
Gewicht: 460 g

Weitere Fachgebiete > Literatur, Sprache > Angewandte Sprachwissenschaft >
Studien zu einzelnen Sprachen & Sprachfamilien

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Índice

Introducción	11
--------------------	----

Primera parte: El español coloquial

Capítulo 1: Precisiones conceptuales y terminológicas	19
1. Los primeros intentos por caracterizar la modalidad coloquial ..	19
2. Discrepancias en la denominación	22
2.1 ¿Es lo mismo <i>coloquial</i> que <i>espontáneo</i> ?	23
2.2 ¿Hasta qué punto puede calificarse de <i>vulgar</i> y <i>popular</i> a lo coloquial?	24
2.3 ¿Puede utilizarse la modalidad coloquial fuera del ámbito privado y familiar?	25
2.4 ¿Solo es coloquial la lengua hablada? ¿Es siempre conversacional lo coloquial?	27

Capítulo 2: La relación entre lo oral y lo escrito: oposición gradual y neutralizable	29
1. Variación y variedades de uso	29
2. Parámetros para determinar el perfil concepcional prototípico de cada tradición discursiva	35

Segunda parte: Internet, medio de comunicación de masas

Capítulo 1: Características de la interacción digital	43
1. Introducción	43
2. La integración multimedia	45
3. Hipertexto e <i>hipermedia</i> : la ruptura de la linealidad secuencial	47
4. La interactividad	50
5. Cambios en las rutinas de la profesión periodística	51

Capítulo 2: El periodismo digital en España	55
1. Vacilaciones denominativas	55
2. Un poco de historia	56
3. La traslación de los géneros periodísticos a los <i>cibermedios</i>	64
4. Recapitulación.....	82

Tercera parte: ¿Cómo se “habla” en los cibermedios?

Capítulo 1: Entre la <i>renovación</i> y la <i>innovación</i> : nuevos géneros <i>ciberperiodísticos</i>	87
--	----

Capítulo 2: <i>Escolios digitales</i> : los comentarios de los lectores sobre la información noticiosa	97
--	----

1. Un subgénero periodístico de reciente acuñación	97
2. Una estrategia para conocer mejor a los lectores y captar nuevos usuarios	104
3. Los intercambios de opiniones con otros lectores	110
4. “Alteraciones ortográficas” como reflejo de la inmediatez comunicativa	114
5. La “hipersimplificación” de los enunciados y la supuesta “economía lingüística”	119
6. El léxico de carácter coloquial	125

Capítulo 3: La crónica en directo: información al instante.....	131
---	-----

1. Imitando a los géneros audiovisuales	131
2. Instrumentos para la modalización del discurso	134
3. <i>Alteraciones</i> del orden predicativo	138

Capítulo 4: Un <i>weblog</i> para “conversar” con los lectores: el <i>diario</i> del periodista	151
---	-----

1. La estructura de las bitácoras	151
2. Notas sobre el origen y la expansión de la <i>blogosfera</i>	155
3. Datos sobre la <i>blogosfera hispana</i>	158
4. El <i>blog</i> “conquista” los medios de comunicación tradicionales ..	162

5. <i>Interordinación oracional y bipolaridad</i> para conferir un estilo “personal” e “informal” a los <i>weblogs</i>	171
5.1 Relaciones de causalidad	171
5.2 Finales y finalidad.....	187
5.3 Esquemas formales de la relación condicional.....	200
5.4 Construcciones de sentido concesivo	221
5.5 Estructuras comparativas.....	228
5.6 La correlación consecutiva	236
5.7 Recapitulación	241
Capítulo 5: Entrevistas de los lectores: la proximidad comunicativa del encuentro digital.....	243
1. El género dialógico por excelencia	243
2. La nueva función del periodista como <i>ysop</i>	247
3. Los <i>marcadores interactivos</i>	252
Conclusiones: Lo coloquial como estrategia.....	275
Referencias bibliográficas	293