

## Journals review

### **Comunicar**

Huelva: Grupo Comunicar

Vol. XIX (38), març 2012

ISSN: 1134-3478 / 1988-3293 [en línia]



*Comunicar*, la revista científica iberoamericana de comunicació i educació, analitza al seu darrer volum la posada en marxa de diferents iniciatives d'alfabetització digital que traspassen barreres geogràfiques, culturals i socials. Manuel Area i Teresa Pessoa proposen un model per desenvolupar noves alfabetitzacions per a la ciutadania en la societat digital.

Alex Kendall i Julian McDougall plantegen interrogants importants sobre les relacions entre alfabetització mediàtica i educació mediàtica, i sobre les pràctiques pedagògiques més adequades a l'educació mediàtica. Alfonso Gutiérrez i Kathleen Tyner aborden el paper de l'educació formal en el desenvolupament de l'educació mediàtica i la competència digital. Els autors adverteixen de dos riscos: reduir l'educació mediàtica al desenvolupament de la competència digital i reduir la competència digital als seus aspectes més tecnològics i instrumentals. Erin M. McCloskey analitza el desenvolupament professional del docent a partir de la seva recerca sobre l'ensenyament de llengües estrangeres en comunitats virtuals d'aprenentatge. Roberto Aparici i Marco Silva descriuen com els nous mitjans posen en pràctica models comunicatius que permeten que cada ciutadà pugui ser un mitjà de comunicació amb capacitat per rebre i distribuir informació. Michael Dezuanni i Andrés Monroy-Hernández estudien la utilització d'un entorn virtual innovador i participatiu per promoure les relacions i la col·laboració interculturals. Guillermo Orozco, Eva Navarro i Agustín García Matilla analitzen la implicació de les audiències en els vells i nous mitjans. Joan Ferrés i Alejandro Piscitelli proporcionen al seu article algunes indicacions sobre els paràmetres des dels quals s'ha d'impartir l'educació mediàtica. Els autors proposen sis dimensions: llenguatges, tecnologia, processos d'interacció, processos de producció i difusió, ideologia i valors, i estètica. John Potter i Shakuntala Banaji analitzen l'ús dels blocs com a eina d'aprenentatge autoreflexiu. Finalment, Elisabeth Soep planteja qüestions de gran interès sobre els reptes ètics i pedagògics que tenen productors, audiències, professors i educadors en el panorama mediàtic actual.

Versió disponible en línia [castellà i anglès]:

<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista&numero=actual>

### **European Journal of Communication**

Londres, Anglaterra: Sage Publications

Vol. 27 (1), març 2012

ISSN: 0267-3231 / 1460-3705 [en línia]



Aquest número de l'*European Journal of Communication* (EJC) tracta la confiança dels ciutadans en els mitjans de comunicació. Un total de sis articles en conformen el monogràfic. L'article de Thorsten Quandt contrasta la fe en els mitjans tradicionals amb l'ús de les comunicacions en xarxa. L'autor es planteja la qüestió de l'autenticitat i com n'és de vulnerable en

qualsevol forma de comunicació mediada. Stef Aupers mostra la natura i els orígens de la percepció pública de la distorsió o la construcció manipulada d'esdeveniments i processos. L'autor considera que la "cultura de la conspiració" és "una resposta a la inseguretat existencial en un món desencantat". A continuació, Stephen Coleman analitza la relació de la confiança i la ciutadania. Coleman es planteja fins a quin punt una disminució de la fe en la validesa i l'exhaustivitat de la informació que rebem o a la qual tenim accés, se circumscriu a la nostra habilitat d'actuar com a ciutadans. L'autor es qüestiona, en aquest nou món, l'eficàcia política. L'article de Donatella Campus es preocupa per com els ciutadans poden actuar en un món d'informació política que només és parcialment acreditable. L'autora analitza el paper de la discussió interpersonal com una alternativa, i convida a tornar al concepte clàssic de "líders d'opinió", i es pregunta si els blocs són els que ostenten ara aquest paper. L'article de Liesbet van Zoonen argumenta que la "sospita epistemològica" –no creure en res ni en ningú– s'ha convertit en la manera de pensar dominant, almenys al nord d'Europa i als Estats Units. L'autora apunta que, com a resposta, els individus han après a concentrar-se en el que és personal, en l'experiència de l'individu. A l'últim, Cornel Sandvoss explora com l'evolució del fenomen fan (no menys important a l'àmbit polític) està connectada amb la desaparició de la confiança. L'autor contrasta la disminució de la confiança en el lideratge amb el paper dels fans com un catalitzador en el foment de les relacions intenses amb els partits i les causes polítiques.

### **Mass Communication and Society**

Oxfordshire, Anglaterra: Taylor & Francis.

Vol. 15 (2), març 2012

ISSN: 1520-5436 , 1532-7825 [en línia]



Amb una periodicitat de sis números l'any, en aquest número de la revista *Mass Communication and Society* hi trobem un total de sis articles. L'article de Rico Neumann i Shahira Fahmy analitza la cobertura visual en relació amb els enquadraments de guerra i pau de les darreres etapes (abril/maig 2009) de la llarga guerra civil a Sri Lanka. A continuació, Aimei Yang presenta el primer estudi quantitatiu sobre

suborns al sistema mediàtic i el seu impacte negatiu en la credibilitat dels mitjans. Amb una mostra de 66 països, l'anàlisi mostra que cinc grups de variables (política, economia, cultura, educació i tecnologia) tenen un impacte directe o indirecte sobre el nivell de suborn en els mitjans d'un país. Seong-Jae Min i Young Mie Kim investiguen com els grups de pressió trien els mitjans i les tecnologies de la comunicació (incloent-hi el correu electrònic i els llocs web) des de la perspectiva dels usos i les gratificacions. Els autors conclouen que les noves tecnologies són percebudes més competitives que els mitjans tradicionals i, a més, proveeixen més gratificacions quan es tracta d'ampliar la mobilització pública. Brian T. Kaylor analitza com la religió i les persones religioses són representades en les caricatures periodístiques i ofereix noves visions de les diferències en el tractament de diverses religions, així com els temes i les raons per les quals les persones religioses són objecte de burla a les caricatures. Utilitzant teories de l'aprenentatge social i del cultiu, Christopher Wilson, Tom Robinson i Mark Callister examinen el contingut de set temporades del programa de telerealtat *Survivor* per determinar el tipus, la freqüència i el context en què es presenta conducta antisocial i els possibles efectes d'aquest programa sobre els espectadors de llarga durada. Finalment, un article de Megan R. Hill, John M. Tchernev i R. Lance Holbert realitza una anàlisi comparativa de les enquestes realitzades utilitzant un telèfon fix o un telèfon mòbil.

### **Media, Culture & Society**

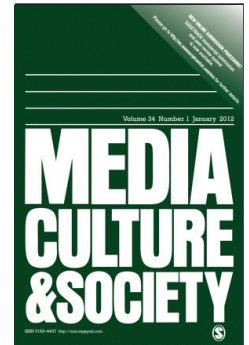
Londres, Anglaterra: Sage Publications.

Vol. 34 (1), gener 2012.

ISSN: 0163-4437 / 1460-3675 [en línia]

Al primer lliurament de l'any 2012 de la revista *Media, Culture & Society* hi trobem un recull d'articles de tall acadèmic sobre diverses temàtiques relacionades amb la comunicació. L'article de Roei Davidson analitza l'augment de les revistes sobre finances personals als Estats Units després de la Segona Guerra Mundial. L'autor suggereix que l'aparició del gènere de les finances personals està relacionat

amb el canvi a l'economia política nord-americana, que passa d'un liberalisme corporatiu al neoliberalisme. El text de Jean K. Chalaby analitza els formats dels programes de televisió més populars. L'article se centra en l'evolució de la televisió per explicar l'emergència dels nous formats televisius al final dels anys noranta amb programes de telerealtat com *Who Wants to Be a Millionaire?*, *Survivor*, *Big Brother* i *Idols*. Tot seguit, l'article de Jin Kim explora la institucionalització de YouTube, la seva transformació des de la seva orientació com una aldea virtual amb el contingut generat per la persona usuària (*User-Generated Content*, UGC) cap a un lloc amb contingut generat professionalment (*Professional-Generated Content*, PGC), especialment després que Google el comprés. L'article mostra com YouTube ha influenciat els mitjans tradicionals, però al mateix temps també com ha imitat les regles dels vells mitjans, incloent-hi la gestió legal de la distribució del contingut i la relació entre contingut i publicitat. El text de Tom Inglis i Carol MacKeogh analitza els discursos sexuals contradictoris que reben les dones irlandeses. Els autors analitzen les contradiccions culturals en la forma en què les dones són representades en els mitjans i els missatges que aquests mitjans transmeten representant les dones com a independents i sexualment actives, amb el legat de l'ensenyament de l'església catòlica. A l'últim, Felicitas Macgilchrist i Inse Böhmig exploren la contribució del concepte *política mínima* (*minimal politics*) per comprendre els blocs actuals.

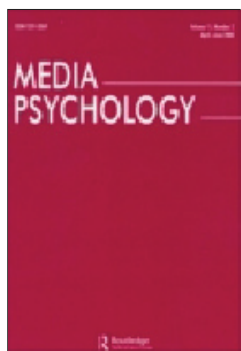


**Media Psychology**

Filadèlfia, Estats Units: Taylor &amp; Francis.

Vol. 15 (1), març 2012

ISSN: 1521-3269 /1532-785X [en línia]



Publicada quatre cops l'any, *Media Psychology* és una de les revistes del camp de la comunicació que es troba indexada entre les quinze primeres al *Journal Citation Report-Social Science* (factor d'impacte 1.326, corresponent a l'any 2010). Entre els cinc articles del seu últim número en destaquen especialment dos: A "Affective Priming During the Processing of News Articles", escrit per

Susanne E. Baumgartner i Werner Wirth, s'hi analitza, a través d'un estudi experimental, el paper de l'*affective priming* durant la lectura dels articles de notícies. Els autors pressuposen que els participants que llegeixen un article positiu, posteriorment recordaran millor la informació positiva que la negativa. De la mateixa manera, els participants que llegeixen un article negatiu, posteriorment recordaran la informació negativa de millor forma. L'estudi conclou que els estats afectius provocats per un article influeixen en la manera com seran processats els següents articles i la informació que serà apresada. Mark Cruea i Sung-Young Park a "Gender Disparity in Video Game Usage: A Third-Person Perception-Based Explanation" presenten un estudi que analitza el mecanisme que hi ha darrere la disparitat de gènere a l'ús dels videojocs i n'examina dues variables: les percepcions sobre l'ús de videojocs per part dels altres i la influència de la percepció de les imatges irreals dels personatges als videojocs sobre els altres. Homes i dones percebien que les dones joves jugaven a videojocs de forma menys freqüent que els homes joves i també consideraven que elles estaven menys influenciades per les imatges irreals que els altres. A més, les dones consideraven que les imatges dels videojocs tenien més influència sobre els altres. L'article finalitza amb suggeriments adreçats als creadors de videojocs i unes recomanacions per a pares, educadors i investigadors de videojocs.

**Human Communication Research**

Malden, Estats Units: Wiley-Blackwell.

Vol. 38 (1), gener 2012

ISSN: 1468-2958 [en línia]

El número de gener de la revista *Human Communication Research* aborda diversos temes d'interès, començant per l'article de Pablo J. Boczkowski i Eugenia Mitchelstein, que examina el consum de recursos interactius en els webs de notícies. Els autors analitzen la composició temàtica dels recursos més consultats, els més enviats per correu electrònic i les notícies més comentades durant



períodes de molta i poca activitat política. Tot seguit, Nicole Martins i Barbara J. Wilson realitzen una enquesta a més de 500 nens per examinar si l'exposició a contingut televisiu socialment agressiu està relacionat amb l'ús de l'agressió social. Els resultats de l'enquesta mostren una relació significativa entre l'exposició a l'agressió televisada i un increment en l'agressió social a l'escola, però només en les noies. Els autors discuteixen aquests resultats en termes de la teoria social cognitiva i la teoria de processament de la informació. Xiaoli Nan presenta una recerca on examina com les actituds dels joves sobre la vacuna del papil·loma humà (HPV) i les seves intencions de ser vacunats estan influenciades per l'enquadrament dels missatges de salut i l'orientació del temps (per exemple, l'avaluació dels joves de les conseqüències de les seves decisions com a immediates o distants). L'article de Jeffrey Boase i Ken'ichi Ikeda realitza una anàlisi comparativa entre el Japó i els Estats Units per conèixer si la prevalença alta de col·lectivisme interpersonal al Japó està relacionada amb la idea que les xarxes de comunicació japoneses són més fortes, estan més connectades i es troben més dominades per llaços de parentiu que les xarxes de comunicació als països occidentals. Els resultats de l'estudi no mostren una relació entre les dues variables, tot i que existeix més col·lectivisme interpersonal al Japó i les xarxes japoneses són més duradores que les nord-americanes.