

# Revista de Revistes

## Communication Theory

[Washington: International Communication Association]

Vol. 13, Núm. 4, novembre 2003

ISSN: 1050-3293

## Dossiers de l'Audiovisuel

[Paris: INA (Institut National de l'Audiovisuel)]

Núm. 111, setembre-octubre 2003

ISSN: 0767-4775

## Journal of Communication

[Austin: International Communication Association]

Vol. 53, Núm. 4, desembre 2003

ISSN0021-9916

En aquest número de la revista destaca un estudi titulat "Blackophilia and blackophobia: white youth, the consumption of rap music, and white supremacy" en què es considera que el consum, per part dels blancs, de la cultura popular negra està associat amb el temor que produeixen en els primers els negres americans. Juntament amb la fascinació dels joves blancs per la cultura *hip-hop*, els atletes i les celebritats afroamericanes, existeix l'atracció de petites però significatives colles de joves blancs per grups d'ultradreta que defensen la superioritat dels blancs.

Altres articles de la revista són: "An interactive communication technology adoption model", "The rhetorical construction of trust online" i "Public relations planning and action as practical-critical communication".

La veterana revista de l'INA es dedica aquesta vegada a l'anàlisi d'un fenomen en expansió: l'aparició de la psicologia, la psiquiatria i la psicoanàlisi en els programes de televisió. "No hi ha cap cadena que no tingui un o diversos programes on la introspecció, el testimoni personal o la intimitat de les persones no siguin exposats a la llum, dissecats, fins i tot guarits. Els *reality show* tenen especialistes..." En efecte, es diu a la revista, les principals preocupacions dels teleespectadors i teleespectadores potencials són: educar adequadament els fills, ser feliç a la feina, continuar amb la parella, etc. i, alhora, desculpabilitzar-se, ser conscients que no estan sols, que no estan bojos i que les seves pors i les seves passions també les pateixen altres persones. Els mitjans ofereixen mostres inimitables de l'alter ego. Són vides alienes que cadascú observa per formar-se'n la seva pròpia opinió, els seus propis valors, els seu propis models de comportament en uns temps de carència de referents col·lectius.

Un dels estudis d'aquesta revista porta per títol "Social influence of an international celebrity: responses to the death of princess Diana". S'hi analitzen les reaccions de la gent davant la mort de la princesa de Gal·les –que continua acaparant l'atenció dels mitjans sis anys després– i la seva actitud davant els mitjans; s'arriba a la conclusió que el gènere i l'edat influeixen en la implicació envers la princesa. Aquest fet reforça estudis previs que mostraven que la implicació és una variable important que influeix, a la vegada, en el consum mediàtic i en els seus efectes. Els autors de l'article investiguen la influència internacional creixent de personatges cèlebres a través dels mitjans de comunicació.

Altres articles de la revista són: "Racial profiling, news sources, and september 11", "The Internet in the communication infrastructure" i "A socialization perspective on male and female reporting".