

JAPONÈS I MITJANS DE COMUNICACIÓ

DANI MADRID I MORALES

CURS: 2010/2011 | SEGON SEMESTRE | CODI: 25571

HORARI: DILLUNS I DIMECRES 18:30 – 20:30

INTRODUCCIÓ

Els mitjans de comunicació han estat considerats durant molts anys com el quart poder per la seva capacitat de control i equilibri dels poders legislatiu, executiu i judicial. Aquesta visió, inspirada en la tradició comunicativa europea i nord-americana, és aplicable a l'Àsia oriental? Com interactuen els principals poders fàctics i els grans mitjans de comunicació? Fins a quin punt la producció d'informació a la regió és equiparable a la d'*Occident*?

El consum d'informació i d'entreteniment als mitjans de comunicació a la Xina, el Japó i Corea és elevada, en alguns casos, molt superior a la d'altres països desenvolupats. Al Japó, per exemple, els índexs de lectura de premsa diària són dels més alts del món i, a la Xina, els principals programes de televisió tenen xifres d'audiència desorbitades. Com interactuen els diferents mercats regionals? Hi ha elements en comú entre els diferents països?

L'Àsia oriental s'ha convertit en els darrers anys en una nova frontera tecnològica, és a dir, és el punt on s'incuben molts dels canvis en dispositius, estàndards i usos. En l'àmbit de la informació i la comunicació això vol dir que és aquí on es proven noves interaccions entre receptors i emissors. Com poden canviar les pràctiques dels periodistes i les audiències amb l'arribada de noves eines i tecnologies? Quin efecte ha tingut el procés de digitalització sobre la realitat comunicativa regional?

Aquesta assignatura intenta donar resposta a les principals qüestions al voltant de tres grans temes: la interacció entre poder i mitjans de comunicació a l'Àsia oriental; el paper de la televisió en la projecció exterior dels països de la regió, i els reptes plantejats per l'ús de noves tecnologies.

OBJECTIUS

- Identificar les grans fases de la història dels mitjans de comunicació al Japó i a la Xina;
- Conèixer la relació entre l'evolució dels mitjans de comunicació i el context polític, econòmic i sociocultural;

- Identificar els elements particulars de la indústria de la informació i l'entreteniment al Japó i a la Xina;
- Identificar semblances i diferències entre els sistemes comunicatius al Japó i a la Xina
- Conèixer les principals teories sobre els mitjans de comunicació al Japó i a la Xina;
- Conèixer els principals actors del sector de la comunicació al Japó i a la Xina;
- Entendre el context en què es realitza la tasca periodística al Japó i a la Xina;
- Familiaritzar-se amb les fonts d'informació de referència sobre l'actualitat xinesa i japonesa;
- Adquirir les eines per interpretar i analitzar produccions informatives i d'entreteniment japoneses i xineses;
- Crear consciència de les tendències futures en el sector i les implicacions dins i fora del Japó i la Xina.

COMPETÈNCIES

- Contextualitzar ítems d'informació sobre el Japó i la Xina en relació a la font, al moment històric i al mitjà en el qual es publiquen;
- Utilitzar fonts d'informació japoneses i xineses per a informar-se sobre l'actualitat;
- Analitzar de forma crítica produccions audiovisuals xineses i nipones (serials, animació i d'altres formats).

TEMARI

L'assignatura s'estructura en tres grans blocs temàtics: la premsa, la radiodifusió i els nous mitjans. En cada un dels blocs s'identifiquen els principals mitjans, el seu estat actual, les principals mancances i fites, així com algunes perspectives de futur.

Bloc I – El poder de la informació. Estructura de la comunicació a l'Àsia oriental. Informació, premsa i control polític. L'exercici periodístic. La indústria editorial: revistes i còmic

Bloc II – Televisió i internacionalització. L'arribada de la radiodifusió. La comercialització de la televisió. Sèries i ficció televisiva. Internacionalització de continguts i formats.

Bloc III – Nova frontera tecnològica. Web 2.0, xarxes socials i perspectives de futur. Mòbil, informació i entreteniment.

CALENDARI

El curs consta de 25 sessions de dues hores de durada. En un principi cada sessió, una els dilluns i una els dimecres, tindrà una durada de 110 minuts. El calendari que aquí es presenta pot patir modificacions en funció de les necessitats dels alumnes i del professor. En cas que calgués es recuperaria classes a partir de l'última data de curs. Els alumnes que optin per seguir l'avaluació continuada (veure l'apartat següent) han d'assistir de forma regular a les sessions presencials.

Dc. 23/02 – Presentació i introducció

Dl. 28/2 – Història de la premsa a AO

Dc. 2/3 – Història de la premsa / Estructura de la comunicació

Dl. 7/3 – **No lectiu**

Dc. 9/3 – Els grans grups de comunicació (I)

[Lectura 1J] – Escales (2009)

[Lectura 1X] – Ollé 2005

Dl. 14/3 – Els grans grups de comunicació (II)

Dc. 16/3 – Els grans grups de comunicació (i III)

Dl. 21/3 – **No lectiu**

[Pràctica 1] – Seguiment d'actualitat

Dc. 23/3 – Agències de premsa i els clubs de periodistes al Japó

[Lectura 2J] – Farley (1996)

Dl. 28/3 – El periodisme a la Xina

[Lectura 2X] – Nip (2009)

Dm. 30/3 – Premsa, escàndols i societat civil II

[Lectura 3J] – Gamble & Watanabe (2004)

[Lectura 3X] – Tong & Sparks (2009)

Dl. 4/4 – **No lectiu**

Dc. 6/4 – La indústria del manga al Japó

[Lectura 4J] – Gravett (2004)

Dl. 11/4 – La indústria del manga i de les revistes a la Xina

[Lectura 4X] – Geng Song & Lee (2010)

Dc. 13/4 – Docència alternativa: Conferència “Cultura de masses a la Xina”

Dl. 18/4 – **No lectiu**

Dc. 20/4 – **No lectiu**

Dl. 25/4 – **No lectiu**

Dc. 27/4 – Història de la ràdio i la televisió

Dl. 2/5 – NHK i CCTV

Dc. 4/5 – La televisió comercial

[Lectura 5J] – Gerow (2010)

[Lectura 5X] – Hui Xiao (2006)

Dl. 9/5 – Informació a la televisió

[Lectura 6J] – Krauss (2003)

[Lectura 6X] – Chen & Scotton (2010)

Dc. 11/5 – Sèries i telenovel·les I

Dl. 16/5 – Sèries i telenovel·les II

[Lectura 7J] – Madrid & Martínez (2010)

[Lectura 7X] – Ollé (2005)

Dl. 23/5 – L' *Asian Pop* i la internacionalització dels mitjans

[Lectura 8] – Iwabuchi (2004)

[Lectura 8X] – Zhu (2009)

[Pràctica 2] – Anàlisi audiovisual

Dc. 25/5 – Una web 2.0 diferent

[Lectura 9J] – Takahashi (2010)

[Lectura 9X] – Hu Yong (2011)

Dl. 30/5 – Noves formes d'informar

Dc. 1/6 – L'univers de la comunicació mòbil

[Lectura 10J] – Daliot-Bul (2007)

[Lectura 10X] – Zhou He (2008)

Dl 6/6 – Escenaris de futur i publicació enunciat Examen Final (a casa)

[Pràctica 3] – Ús xarxes socials

Dv. 17/6 – Examen Final (presencial)

Avaluació

L'assignatura no preveu una opció de docència no presencial, ja que la participació i la interacció regular en les activitats de classe són part essencial del curs. No obstant, es presenten dues alternatives per seguir el curs, una per als alumnes que poden seguir les classes de forma regular i, una altra per als alumnes que no poden assistir-hi.

Opció A (avaluació continuada)

40% - Dossier de lectures i pràctiques (blog). Durant el curs es plantejaran **tres pràctiques**, relacionades amb casos reals i actuals, que caldrà preparar i resoldre tot fent ús del blog (japanmedia.futurasia.net) de l'assignatura. Es demanarà als alumnes que participin de forma activa en el blog, a través de comentaris i intervencions, o de la publicació de reflexions i opinions. A més, caldrà presentar **dos comentaris breus** (1 full d'extensió màxima) a escollir entre les lectures obligatòries del curs (hi ha deu lectures, una per cada tema de l'assignatura).

20% - Participació a classe. L'assignatura està pensada com un intercanvi continuat entre el professor i els alumnes, per la qual cosa l'assistència, i sobretot la participació a l'aula, seran una part important de la nota final. S'espera dels alumnes que intervinguin en els debats i comentaris que es plantegin; que completin les lectures assignades per a cada part del temari, i que en facin una reflexió crítica a classe.

40% - Examen final a casa. Prova escrita per completar a casa amb l'ajuda de tots els materials que l'alumne consideri necessaris. Constarà de dues parts, una pregunta teòrica sobre un o diversos aspectes del temari de l'assignatura i una en què es demanarà un comentari crític sobre una mostra audiovisual. Es valorarà tant la capacitat d'interrelació dels conceptes presentats durant el curs, com la capacitat d'introduir elements de reflexió personal. Es requerirà un ús correcte de les citacions i es penalitzarà severament qualsevol episodi de plagi.

Opció B (examen final) – Es recomana als alumnes que segueixin aquesta opció que es posin en contacte amb el professor per tal de rebre indicacions sobre la bibliografia més adequada per preparar el curs.

40% - Examen escrit presencial. Examen teòric sobre el temari de l'assignatura. Constarà de tres parts: una de definició de conceptes i preguntes curtes; un tema a desenvolupar d'entre tots els del temari i, per últim, un comentari crític sobre una mostra audiovisual.

30% - Dossier de lectures. Caldrà preparar un dossier amb comentaris de totes les lectures obligatòries del curs (10 en total, una per cada tema de l'assignatura). Cada comentari tindrà una extensió màxima d'un full i haurà de constar d'un breu resum i d'una reflexió personal basada, o bé, en els materials complementaris que es proposen a la bibliografia o bé en altres fonts que caldrà citar de forma clara.

30% - Exposició oral (lectures). El dia de l'examen final l'alumne presentarà davant del professor el dossier de lectures i respondrà a preguntes relacionades amb el contingut. Caldrà demostrar, no només haver fet les lectures, sinó poder relacionar els principals conceptes amb d'altres materials del curs.

Bibliografia

Al Campus Virtual els alumnes trobaran un dossier de lectures per cada una de les parts del temari. La lectura crítica dels articles i capítols assenyalats és imprescindible per seguir el curs de forma regular. Cal haver fet les lectures pertinents **abans de cada sessió** (segons marca el calendari de curs). De les lectures assenyalades, els alumnes que segueixin l'avaluació continuada, hauran de fer **dos breus comentaris** crítics. Els alumnes que no segueixin l'avaluació continuada caldrà que presentin resums de totes les lectures obligatòries.

Bloc I - Premsa i poder polític

Obligatòria

[Lectura 1 – Japó] **Escales, Carme** (2009): “Japó: futur incert al país amb més lectors” a *Capçalera*, Num. 144, Pp. 138-143
http://issuu.com/periodistescatalunya/docs/capcalera_144_abril

[Lectura 1 – Xina] **Ollé, Manel** (2005): “La cárcel de terciopelo” a Ollé, Manel: *Made in China*. Barcelona: Destino, Pp. 326-333

[Lectura 2 – Japó] **Farley, Maggie** (1996): “Japan’s Press and the Politics of Scandal”, a Pharr, Susan J; Krauss, Ellis S. (eds.): *Media and Politics in Japan*. Honolulu: University of Hawai'i Press, Pp. 133-163

[Lectura 2 – Xina] **Nip, Joyce Y.M.** (2009): “Citizen Journalism in China: The case of the Wenchuan Earthquake” a Thorsen, Einar; Allan, Stuart (eds.): *Citizen Journalism: Global Perspective*, New York: Peter Lang, Pp. 95-105

[Lectura 3 – Japó] **Gamble, Adam; Watanabe, Takesato** (2004): “Attacking former Sex Slaves: a Second Rape” a Gamble, Adam; Watanabe, Takesato: *Public Betrayed. An Inside Look at Japanese Media Atrocities and Their Warnings to the West*. Washington: Regnery Publishing, Pp. 304-345

[Lectura 3 – Xina] **Tong, Jingrong; Sparks, Colin** (2009): “Investigative Journalism in China Today”, a *Journalism Studies*, Vol. 10, No. 3, Pp. 337-352

[Lectura 4 – Japó] **Gravett, Paul** (2004): “” en Gravett, Paul: *Manga: la era del nuevo cómic*. Madrid: Onlybook, Pp. 10-18

[Lectura 4 – Xina] **Geng Song; Tracy K. Lee** (2010): “Consumption, class formation and sexuality: reading men's lifestyle magazines in China” a *China Journal*, No. 64, Pp. 59-177

Complementària (Japó)

- Cooper-Chen, Anne; Kodama, Miiko** (1997): *Mass Communication in Japan*. Ames: Iowa State University Press
- Fackler, Martin** (2009): “New Leaders in Japan Seek to End Cozy Ties to Press Clubs”, a *The New York Times*, 21 Novembre 2009, P. A4
- Farley, Maggie** (1996): “Japan’s Press and the Politics of Scandal”, a Pharr, Susan J; Krauss, Ellis S. (eds.): *Media and Politics in Japan*. Honolulu: University of Hawai’i Press, Pp. 133-163
- Feldman, Ofer** (1993): “The Nagathachō Beat: Writing with Wolves”, a Feldman, Ofer: *Politics and the News Media in Japan*. Ann Arbor: University of Michigan Press, Pp. 15-32
- Freeman, Laurie Anne** (2001): *Closing the shop: information cartels and Japan's mass media*, Princeton University Press
- Ito, Youichi** (1990): "Mass communication theories from a Japanese studies" a *Media Culture Society*, Vol. 12, Pp. 423-464
- Ito, Takahashi** (2005): “Public Journalism and Journalism in Japan”, a *Keio Communication Review*, No. 27, Pp. 43-63
- Kasza, Gregory J.** (1988): *The State and the Mass Media in Japan 1918-1945*. Berkeley: University of California Press
- Legewie, Jochen** (2010): *Japan’s Media: Inside and Outside Powerbrokers*. Tòquio: CNC Japan K.K.
- Madrid, Daniel; Martínez, Guillermo** (2009): *El manga i l’animació japonesa*. Barcelona: Editorial UOC
- McCargo, Duncan; Hyon-Suk, Lee** (2010): “Japan’s Political Tsunami: What’s Media Got to Do with It?”, a *The International Journal of Press/Politics* No.15, Pp. 236-245
- Nihon Shinbun Kyōkai** (2008): クロスメディア時代の新聞広告 購買満足と新聞エンゲージメント [Kurosumedia jidai no shinbun kōkoku II. Kōbai manzoku to shinbun engējimento] Tokio: Nihon Shinbun Kyokai
- Nester, William** (1989): “Japan's Mainstream Press: Freedom to Conform?”, a *Pacific Affairs*, Vol. 62, No. 1, Pp. 29-39
- O’Connor, Peter** (2001): "English-language press networks in the run-up to war", a *Japan Forum*. Vol. 1, Num. 13, Pp. 63-76
- Saito, Shinichi** (2000): “Japan” a Gunaratne, Shelton A. (ed.) (2000): *Handbook of the Media in Asia*. Nova Delhi: Sage Publications India Ltd, Pp. 561-585
- Sugiyama, Mitsunobu** (2000): “Media and Power in Japan” a Curran, James; Park, Myung-Jin (eds.) (2000): *De-Westernizing Media Studies*. London: Routledge, Pp. 191-201
- Yamamoto, Taketoshi** (1989): “The Press Clubs of Japan”, a *Journal of Japanese Studies*, Vol. 15, No. 2, Pp. 371-388
- Watanabe, Kuniko; Tsuchiya, Yuko** (2008): “Japan”, a Banerjee, Indrajit; Logan, Stephen (eds): *Asian communication handbook 2008*. Singapur: Asian Media Information and Communication Centre, Pp. 237-257

Complementària (Xina)

- Brady, Anne-Marie (2008):** *Marketing dictatorship: propaganda and thought work in contemporary China*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers Inc., Pp. 93-124
- Chang, Won Ho (1989):** “Mass Media”, a Chang, Won Ho: *Mass media in China : the history and the future*. Ames: Iowa University Press, Pp. 61-225
- De Burgh, Hugo (2003):** “What chinese journalists believe about journalism”, a rawnsley, gary d.; rawnsley, Ming-Yeh T. (eds.): *Political Communications in Greater China*. London: RoutledgeCurzon, Pp. 83-103
- De Burgh, Hugo (2003):** “Kings without Crowns? The Re-Emergence of Investigative Journalism in China” a Media, Culture & Society, Vol. 25, No. 6, Pp. 801-820
- Dillon, Michael (2008):** *Contemporary China – An Introduction*. New York: Routledge, PP. 96-102
- Donald, Stephanie Hemelryk; Keane, Michael (2002):** “Media in China: new convergences, new approaches”, a Donald, Stephanie Hemelryk; Keane, Michael; Hong, Yin: *Media in China: Consumption, Content and Crisis*. London: Routledge Curzon
- Huang, Yu; Lee, Chin-Chuan (2003):** “Peddling party ideology for a profit. Media and the rise of Chinese nationalism in the 1990’s”, a Rawnsley, Gary D.; Rawnsley, Ming-Yeh T. (eds.): *Political Communications in Greater China*. London: RoutledgeCurzon, Pp. 41-61
- Jinqiu, Zhao (2008):** “China (including Hong Kong SAR)”, a Banerjee, Indrajit; Logan, Stephen (eds): *Asian communication handbook 2008*. Singapur: Asian Media Information and Communication Centre, Pp. 168-199
- Ma, Eric Kit-wai (2000):** “Rethinking media studies. The case of China”, a Curran, James; Park, Myung-Jin (eds.) (2000): *De-Westernizing Media Studies*. London: Routledge, Pp. 124-138
- Renwick, Neil; Cao, Qing (2003):** “Modern political communication in China”, a Rawnsley, Gary D.; Rawnsley, Ming-Yeh T. (eds.): *Political Communications in Greater China*. London: RoutledgeCurzon, Pp. 62-82
- Scotton, James F.; Hachten, William A. (2010):** *New Media for a New China*. Oxford: Blackwell Publishing
- Tong, Jingrong (2009):** “Press self-censorship in China: a case study in the transformation of discourse”, a *Discourse & Society*, Vol. 20, No.5, Pp. 593-612
- Yanh, Liqun (2000):** “China” a GunaratnE, Shelton A. (ed.): *Handbook of the Media in Asia*. Nova Delhi: Sage Publications India Ltd
- Zhao, Yuezhi (1998):** *Media, Market, and Democracy in China: Between The Party Line And The Bottom Line*. Chicago: University of Illinois Press
- Zhao, Yuezhi (2008):** *Communication in China: political economy, power, and conflict*. Lanham: Rowman & Littlefield

Bloc II - Televisió i internacionalització

Obligatòria

[Lectura 5 – Japó] **Gerow, Aron** (2010): “Kind Participation: Postmodern Consumption and Capital with Japan’s Telop TV” a Yoshimoto, Mitsuhiro; Tsai, Eva; Choi, JungBong (eds.): *Television, Japan, and Globalization*. Ann Arbor: University of Michigan. Pp. 117-150

[Lectura 5 – Xina] **Hui Xiao** (2006): “Narrating a Happy China through a Crying Game: A Case Study of Post-Mao Reality Shows” a *China Media Research*, Vol. 2, No. 3, Pp. 59-67

[Lectura 6 – Japó] **Krauss, Ellis S.** (2003): “Portraying the State: NHK Television News and Politics”, a Pharr, Susan J.; Krauss, Ellis S. (eds.): *Media and Politics in Japan*. Honolulu: University of Hawaii Pres, Pp. 89-129

[Lectura 6 – Xina] **Cooper-Chen, Anne; Scotton, James F.** (2010): “Television: News” a Scotton, James F.; Hachten, William A. [Eds.]: *New media for a new China*. Oxford: Blackwell Publishing

[Lectura 7 – Japó] **Madrid, Dani; Martínez, Guillermo** (2010): “Les múltiples cares del *Japan Pop*” a *El manga i l’animació japonesa*. Barcelona: Editorial UOC. Pp. 65-89

[Lectura 7 – Xina] **Ollé, Manel** (2005): “Kungfu, karaoke y culebrones de emperadores manchues” a Ollé, Manel: *Made in China*. Barcelona: Destino, Pp. 321-326

[Lectura 8 – Japó] **Iwabuchi, Koichi** (2004): “How ‘Japanese’ is Pokémon?” a Tobin, Joseph Jay (ed.): *Pikachu’s global adventure: the rise and fall of Pokémon*, Duke University Pres. Pp. 53-80

[Lectura 8 – Xina] **Zhu, Ying** (2009): “Transnational circulation of Chinese language television dramas” a *Global Media and Communication*, Vol. 4, No. 1, Pp. 59-80

Complementària (Japó)

Clements, Jonathan; Tamamuro, Motoko (2003): *The Dorama Encyclopedia: A Guide to Japanese TV Drama Since 1953*. New York: Stone Bridge Press

Kwak, Ki-Sung (2008): “Restructuring the Satellite Television Industry in Japan”, a *Television & New Media*, Vol. 9, No.1, Pp. 62-84

Makoto Chun, Jayson (2007): *A nation of a hundred million idiots? A social history of Japanese television, 1953-1973*. New York: Routledge

Minami, Keiji; Nakata, Kyo (2007): “Overview of the Media Content Market in Japan” a *Keio Communication Review*, No. 29, Pp. 25-57

Miura, Motoi; Kobayashi, Ken’ichi (2007): “Public Broadcasting and Digitization of Television: Survey of IPTV Subscribers”, a *NHK Broadcasting Studies*, No. 5, Pp. 159-185

Moses, Charles; Maslog, Crispin (1978): *Mass Communication in Asia: a brief history*. Singapur: Asian Mass Communication Research and Information Centre

Nakamura, Yoshiko; Yonekura, Ritsu (2008): “Public Broadcasting and Changing Audiences in the Digital Era: Services and Social Mission”, a *NHK Broadcasting Studies*, No. 6, Pp. 103-150

NHK (2004): *Broadcasting in Japan: The Twentieth Century Journey from Radio to Multimedia*. Tòquio: NHK

Penn, W.M. (2003): *The Couch Potato's Guide to Japan: Inside the World of Japanese TV*. Sapporo: Forest River Press

Seibido Mook (2006): “Hōsōkyoku”, a *Nihon Chizu*, Tokyo: Sibido Shuppan, Pp. 80-81

Sugaya, Minoru (2009): “The Transformation of Telecommunication Regulatory Structure in Japan: Vertical and Horizontal Perspectives”, a *Keio Communication Review*, No. 31, Pp. 23-36

Takahashi, Yuzo (2000): "A Network of Tinkerers. The Advent of the Radio and Television Receiver Industry in Japan" a *Technology and Culture*, Vol. 41, Pp. 260-484

Watanabe, Seiji; Yonekura, Ritsu (2007): “The Spread of Multimedia and Changes in Information Behavior: From the Research Project ‘People and Media Usage in Japan’”, a *NHK Broadcasting Studies*, No. 5, Pp. 100-116

Complementària (Xina)

Curtin, Michael (2007): “Introduction: Media Capital in Chinese Film and Television” a Curtin, Michael: *Playing to the world's biggest audience: the Globalization of Chinese film and TV*. Berkeley: University of California Press, Pp. 1-29

Keane, Michael (2003): “A revolution in television and a great leap forward for innovation? China in the global television format business” a Keane, Michael; Moran, Albert (eds.): *Television Across Asia. TV Industries, Programme Formats and Globalisation*. Londres: Routledge, Pp. 36-53

Zhu, Ying (2008): *Television in post-reform China: serial dramas, Confucian leadership, and the global TV market*. Londres: Routledge

Zhu, Ying; Berry, Chris (eds.) (2009): *TV China*. Bloomington: Indiana University Press

Bloc III - Nova frontera tecnològica

Obligatòria

[Lectura 9 – Japó] **Takahashi, Toshie (2010)**: “MySpace or Mixi? Japanese engagement with SNS (social networking sites) in the global age”, a *New Media Society Online*, Pp. 1-23

[Lectura 9 – Xina] **Hu Yong** (2011): “Crowd Control” a *Index of Censorship*, Vol. 40, No. 1, Pp. 66-71

[Lectura 10 – Japó] **Daliot-Bul, Michal** (2007): “Japan's mobile technoculture: the production of a cellular playscape and its cultural implications” a *Media, Culture & Society*, Vol. 29, No. 6, Pp. 954-971

[Lectura 10 – Xina] **Zhou He** (2008) “SMS in China: A Major Carrier of the Nonofficial Discourse Universe” in *Information Society*, Vol. 24, No. 3, Pp. 182-190

Complementària

- Ahonen, Tomi T. (2008):** *Mobile as 7th of the Mass Media*. London: Futuretext
- Castañeda, Javier (2006):** “La Sociedad de la Información en Asia-Pacífico”, a *Anuario Asia-Pacífico*. Barcelona: Fundació CIDOB. Pp. 367-378
- Chan, Ying (2009):** “China. Crouching citizens, hidden dragon”, a *Asia Media Report 2009*, Pp. 149-157
- Coates, Ken; Holroyd, Carin (2003):** *Japan and the Internet Revolution*, London: Palgrave
- Flew, Terry (2005):** *New Media. An Introduction*. Oxford: Oxford University Press
- Guoliang, Zhang; Jianguo, Deng (2009):** “.cn China” a Akhtar, Shahid; Arinto, Patricia (eds.): *Digital Review of Asia Pacific 2009-2010*, Montréal: Orbicom, Pp. 175-181
- Hjorth, Larissa (2009):** *Mobile media in the Asia-Pacific: gender and the art of being mobile*. New York: Routledge
- Kamimura, Keisuke; Peake, Adam (2009):** “.jp Japan” a Akhtar, Shahid; Arinto, Patricia (eds.): *Digital Review of Asia Pacific 2009-2010*, Montréal: Orbicom, Pp. 219-228
- Lagerkvist, Johan (2006):** “In the crossfire of demands. Chinese news portals between propaganda and the public”, a Damm, Jens; Thomas, Simona (eds.): *Chinese Cyberspaces. Technological changes and political effects*, London: Routledge, Pp. 42-63
- Lagerkvist, Johan (2006):** “Contesting Norms on China’s Internet? The Party-state, Youth, and Social Change”, a Tufte, Thomas; EngheL, Florencia (eds.): *Youth Engaging With the World. Media, Communication and Social Change* Ed. Tufte & Enghel. Göteborg: Nordicom
- Nakano, Sachiko; Watanabe, Yoko (2008):** “Rapid Growth of Internet Use: From the “Time Use Survey in the IT Age” 2006”, a *NHK Broadcasting Studies*, No. 6, Pp. 175-203
- Reese, Stephen D.; Dai, Jia (2009):** “Citizen Journalism in the Global News Arena: China’s New Media Critics” a ALLAN, Stuart; THORSEN, Einar (eds.): *Citizen journalism: global perspectives*. New York: Peter Lang, Pp. 221-231
- VV.AA. (2008):** “Mobile Phones as Multiple Information Terminals: From the Research Project “People and Media Usage in Japan”, a *NHK Broadcasting Studies*, No. 6, Pp. 151-173
- Yangzi, Sima; Pugsley, Peter C. (2010):** “The Rise of a ‘Me Culture’ in Postsocialist China”, a *The International Communication Gazette*, Vol. 72, No. 3, Pp. 287-306

CONTACTE

Despatx: MRA 17
Telèfon: 93.586.8902
Horari d’atenció: dimecres 1730 – 1830
E-mail: dmadrid.n@tv3.cat // dmadrid.m@gmail.com