

## INDICE DEL VOLUME

- Premessa alla presente edizione  
*di Valerio Castronovo e Nicola Tranfaglia* v
- Prefazione all'edizione 2002  
*di Valerio Castronovo e Nicola Tranfaglia* ix
- I quotidiani negli ultimi venticinque anni. Crisi, sviluppo e  
concentrazioni *di Paolo Murialdi e Nicola Tranfaglia* 3
1. Due aspetti contrastanti, p. 5 - 2. La nascita della «Repubblica»,  
p. 7 - 3. Rizzoli: maxigruppo e P2, p. 10 - 4. La prova del terrorismo,  
p. 16 - 5. La legge per l'editoria e le nuove tecnologie, p. 20 - 6. Il  
«Corriere» verso il baratro e l'ascesa di «Repubblica», p. 25 - 7. Il sal-  
vataggio del «Corriere» da parte di Agnelli e soci, p. 32 - 8. La gara  
tra il «Corriere della Sera» e «la Repubblica», p. 34 - 9. La «guerra  
di Segrate» e la legge sulle Tv, p. 39 - 10. L'esplosione di Tangentopoli,  
p. 47 - 11. Crisi e rilanci, p. 48 - 12. I quotidiani locali, p. 52 -  
13. I quotidiani cambiano, p. 55 - 14. Il crollo dell'«Unità», p. 59 -  
15. Quotidiani e Internet, p. 60
- Il sistema editoriale e l'industria dell'informazione *di*  
*Valerio Castronovo* 63
1. La legge di riforma e l'ammodernamento degli impianti, p. 65 - 2.  
Fra sviluppi di mercato e carenze normative, p. 73 - 3. Fra crisi e rie-  
quilibrio, p. 80 - 4. I nodi da sciogliere e le prospettive, p. 87
- La televisione italiana 1974-2002: dall'«anarchie italiane»  
al duopolio imperfetto *di Peppino Ortoleva* 95
1. Premessa. Profili di un sistema, p. 97 - 2. La prima crisi: dal vec-  
chio al nuovo regime televisivo, p. 111 - 3. La riforma della Rai e l'e-  
mergere del nuovo sistema, p. 130 - 4. Gli anni del duopolio, p. 145 -  
5. Ipertelevisione? 1993-2002, p. 163

- Struttura, organizzazione e modelli evolutivi del mercato  
*Tv di Marco Gambaro* 179  
*Bibliografia*, p. 199
- Radio pubblica ed emittenti commerciali *di Franco Monteleone* 203  
 1. Nuove realtà sociali e nuove domande culturali, p. 205 - 2. «Piccolo è bello!», p. 208 - 3. Dalla riforma ai piani di rilancio, p. 213 - 4. Sistema di concorrenza e ricomposizione del pubblico, p. 221 - 5. Il comparto privato, p. 224 - 6. Fasi di crescita e aspettative di rinnovamento, p. 231 - 7. Tra passato e futuro: le nuove forme della radio, p. 236
- La lingua dei media *di Maurizio Dardano* 243  
 1. Il campo dei media, p. 245 - 2. Condizionamenti, egemonie, p. 248 - 3. Eventi e periodizzazioni, p. 251 - 4. Il discorso ecologico, p. 253 - 5. Parlare di nuove situazioni, p. 254 - 6. I percorsi dell'analisi, p. 257 - 7. Gli usi della lingua negli anni della globalizzazione, p. 272 - 8. Nuovi contesti, p. 274 - 9. Nuovi formalismi, p. 277 - 10. Tipi di testo, p. 279 - 11. Giochi linguistici e retorica, p. 284
- La pubblicità dei mezzi di comunicazione *di Antonio Pilati* 287  
 1. Premessa, p. 289 - 2. Il periodo di formazione della televisione commerciale: 1976-81, p. 293 - 3. Il peso della rivoluzione commerciale, p. 298 - 4. Il decennio dell'espansione, p. 303 - 5. Una fase di stagnazione, p. 307
- La stampa quotidiana locale *di Mario Isnenghi* 313  
 1. Per una mappa, p. 315 - 2. Il giornale come arredo urbano, p. 316 - 3. Locali e localismo, p. 319 - 4. Il nuovo che avanza, p. 320 - 5. Il laboratorio di Padova, p. 325 - 6. Le diverse formule del 'giornale diffuso', p. 329 - 7. Il peso del passato nell'Italia meridionale, p. 334 - 8. Epilogo, p. 336 - 9. Nel nuovo secolo, p. 338
- I settimanali *di Ugo Volli* 345  
 1. Un quadro apparentemente statico, p. 347 - 2. Ragioni di lettura e di identificazione, p. 351 - 3. I duellanti: «Panorama» e «L'Espresso», p. 354 - 4. «L'Espresso», p. 357 - 5. «Panorama», p. 364 - 6. Gli altri settimanali politici e culturali, p. 368 - 7. Altri settimanali, p. 377 - 8. Ancora immobili?, p. 380 - 9. Gli ultimi anni, p. 382

<i>Indice del volume</i>	749
La stampa sportiva <i>di Gian Paolo Ormezzano</i>	387
La stampa femminile <i>di Laura Lilli</i>	419
1. Tra i decenni Settanta e Ottanta, p. 421 - 2. Un esempio: «Gioia», p. 424 - 3. Trionfa il «made in Italy», p. 426 - 4. Il caso «Amica», p. 427 - 5. «Moda, media, money», p. 432 - 6. La lingua e i contenuti, p. 436 - 7. Dove, come, quanto, p. 439 - 8. Giornali un po' speciali, p. 443 - 9. La donna che non c'è, p. 447 - 10. Il periodo 1994-2001, p. 449	
<i>Cronologia 1974-1996</i> , p. 458	
<i>Bibliografia</i> , p. 473	
La stampa satirica e i vignettisti <i>di Adolfo Chiesa</i>	479
1. E in principio era il vuoto, p. 481 - 2. Forattini, il divorzio e l'esordio di Cipputi, p. 484 - 3. Ma la vera satira non è a destra né a sinistra, p. 490 - 4. La grande esplosione del «Male», p. 492 - 5. «Satyricon», dodici anni senza lode e senza infamia, p. 494 - 6. Zac, dal «Sale» a un mensile di forme improbabili, p. 497 - 7. «Tango», Natta, Staino e le polemiche col Pci, p. 498 - 8. «Cuore» alla ricerca di nuove strade, p. 502	
L'informazione economica <i>di Gerolamo Fiori</i>	505
1. La prima ondata, p. 510 - 2. Il mattatore, p. 517 - 3. Il boom, p. 521 - 4. Tangentoland, p. 525 - 5. Due padroni, p. 529 - 6. Le tendenze nel nuovo secolo, p. 533	
Come si fa informazione <i>di Furio Colombo</i>	537
L'immaginario collettivo <i>di Alberto Abruzzese</i>	555
1. Dall'immaginario visuale all'immaginario mentale, p. 557 - 2. Le due soglie 1975/1993, p. 562 - 3. Eventi di eventi, p. 571 - 4. Ricominciando a viaggiare, p. 588 - 5. Il tempo dei barbari (1994-2001), p. 591	
<i>Bibliografia</i> , p. 602	
I lettori della stampa quotidiana e periodica <i>di Marino Livolsi</i>	605
1. Brevi cenni sul periodo, p. 607 - 2. Crescono i lettori (1969-1991), p. 609 - 3. I lettori «diversi» (per testate, generi, ecc.), p. 613 - 4. Stampa e Tv: le strane e ambigue forme di concorrenza, p. 619 - 5. L'approccio multimediale, p. 624 - 6. La stampa nel periodo del-	

la piena affermazione televisiva, p. 627 - 7. Qualche considerazione sul futuro, p. 632

La difficile identità dei giornalisti *di Giovanni Bechelloni* 639

1. Una professione che cambia in un mondo sociale sempre più complesso, p. 641 - 2. Un gruppo sociale composito, p. 647 - 3. L'universo giornalistico, p. 654 - 4. Una professione disorientata: il blob mediatico può diventare una bomba, p. 661

La proprietà dei quotidiani e delle televisioni nazionali *di Mario Grandinetti* 667

Premessa, p. 669

*Le reti televisive nazionali*, p. 713

*Bibliografia*, p. 718

*Indice dei nomi* 723

*Indice delle testate* 739