

Indice del volume

Premessa	V
Introduzione	3
Parte prima <i>I media elettronici</i>	
I. I media e la comunicazione	13
1. La comunicazione. Che cos'è e a che serve, p. 13 - 2. Leggere e scrivere, p. 15 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 19	
II. I media nella società di massa	21
1. Nascita dei media, p. 21 - 2. Spazio pubblico e spazio privato, p. 25 - 3. Il cinema, p. 26 - 4. Lo spettacolo riprodotto, p. 28 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 30	
III. La radio dalla telegrafia al broadcasting	33
1. Wireless, p. 33 - 2. On air, p. 34 - 3. Il broadcasting in USA e in Europa: due modelli, p. 37 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 39	
IV. La televisione	40
1. Nasce la TV, p. 40 - 2. TV all'americana, p. 41 - 3. TV all'europea, p. 42 - 4. Radio libera, p. 44 - 5. La rottura del monopolio pubblico e l'arrivo dell'emittenza privata, p. 46 - 6. Neotelevisione, p. 47 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 50	
V. La TV diventa digitale	52
1. Una premessa: la TV a pagamento, p. 52 - 2. La TV diventa	

digitale, p. 53 - 3. Il digitale terrestre, p. 54 - 4. Radio e TV di fronte a Internet, p. 55 - 5. I video di YouTube, p. 57 - 6. Video e TV sui cellulari, p. 57 - 7. Fine di un monopolio, p. 58 - *Approfondimenti bibliografici*, p. 59

Parte seconda

I linguaggi della radio

- | | | |
|-------------|--|-----------|
| I. | Il medium sonoro | 63 |
| | 1. Comunicare il suono, p. 63 - 2. Oltre la «perfezione audiovisiva», p. 64 - 3. L'ascolto radiofonico come pratica sociale, p. 66 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 70 | |
| II. | Fare radio | 71 |
| | 1. Andare in onda, p. 71 - 2. Musiche registrate e parole in diretta, p. 74 - 3. Nello studio radiofonico, p. 76 - 4. Dallo studio alla rete, p. 79 - 5. Il podcasting, p. 81 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 82 | |
| III. | I generi radiofonici | 83 |
| | 1. Dal palinsesto al formato, p. 83 - 2. Scegliere musica per la radio, p. 87 - 3. Radio e pubblico giovanile, p. 89 - 4. La radio di palinsesto, p. 91 - 5. L'ibridazione come forma culturale della radio, p. 94 - 6. Parlare alla radio, p. 97 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 98 | |

Parte terza

I linguaggi della televisione

- | | | |
|------------|---|------------|
| I. | Grammatica e sintassi delle immagini | 101 |
| | 1. In TV esiste solo quello che si vede, p. 101 - 2. Guardare in macchina, p. 105 - 3. La sintassi delle immagini, p. 106 - 4. Costruire le sequenze, p. 108 - 5. Unire le immagini fra loro, p. 112 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 114 | |
| II. | Fare televisione | 115 |
| | 1. Televisione, una parola che vuol dire molte cose, p. 115 - 2. Make or buy?, p. 118 - 3. La produzione e i format televisivi, p. 120 - 4. Le fasi della produzione, p. 122 - 5. Le riprese, p. 124 - 6. Lo studio, p. 125 - 7. Gli esterni, p. 127 - 8. La postproduzione, p. 128 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 129 | |

<i>Indice del volume</i>	237
III. Culture e mezzi espressivi della neotelevisione	130
1. Il governo del nuovo palinsesto, p. 130 - 2. Auditel e rilevazione degli ascolti, p. 133 - 3. Strategie neotelevisive, p. 134 - 4. Quattro ondate neotelevisive, p. 136 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 139	
IV. Contenitore e talk show	140
1. Il contenitore: un programma cornice, p. 140 - 2. Il contenitore: il ruolo dei conduttori, p. 142 - 3. Il talk show, p. 147 - 4. La macchina scenica del talk show, p. 149 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 151	
V. La fiction	153
1. Soap, series, telenovelas, p. 153 - 2. Il ritorno della fiction italiana, p. 156 - 3. Fiction di fine secolo, p. 157 - 4. La produzione italiana, p. 158 - 5. La produzione internazionale, p. 159 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 160	
VI. Informazione e «infotainment»	161
1. L'informazione, p. 161 - 2. L'infotainment, p. 163 - 3. L'edutainment, p. 165 - 4. Lo sportainment, p. 167 - 5. Il potere dei conduttori, p. 170 - 6. Gli eventi mediali, p. 171 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 173	
VII. TV realtà e oltre	175
1. La TV verità, p. 175 - 2. Il reality show, p. 176 - 3. La televisione dell'intimità, p. 179 - 4. Il game show, p. 182 - 5. Una nuova generazione di reality: «Grande Fratello», «Survivor» e gli altri, p. 182 - 6. Lo stile reality, p. 187 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 187	
VIII. Le piattaforme digitali	189
1. TV digitale per quasi la metà delle famiglie, p. 189 - 2. L'atteggiamento degli spettatori, p. 192 - 3. Contenuti e palinsesti digitali, p. 193 - 4. Lo sport-spettacolo dal free al pay, p. 196 - 5. La televisione musicale e il videoclip, p. 197 - 6. I formati «all news», p. 199 - 7. La fiction nel passaggio dall'analogico al digitale, p. 202 - <i>Approfondimenti bibliografici</i> , p. 204	
Glossario	207
Indice dei nomi	229