

Come già segnalato nell'Introduzione non esistono testi, pubblicati in Italia, che possano essere assimilati a *Mercanti di (bi)sogni: politica e economia dei gruppi medialti europei*, ma – piuttosto – dei saggi e ricerche di riferimento su alcune delle tematiche affrontate. Per questa ragione, abbiamo ritenuto opportuno proporre una bibliografia ragionata, per argomenti, che non ha comunque pretese di esaustività:

1. situazione recente della televisione in Europa;
2. storia della televisione in Europa;
3. televisione digitale;
4. convergenza, internet e tlc;
5. aspetti prevalentemente economici e strutturali;
6. politica culturale e mediale, aspetti politici, normative e sociologici;
7. saggi e ricerche generali sulla televisione (utili ai fini di approfondimenti di materie trattate in questa sede): ricerche sulla televisione; audience; programmi / sulla programmazione; tv pubblica; qualità; Italia;
8. letteratura grigia;
9. dizionari e simili;
10. emerografia.

Quando disponibile l'edizione italiana di testi stranieri, ci si è limitati ad indicare la data di pubblicazione italiana. Viene riportata l'edizione consultata, generalmente l'ultima pubblicata. La bibliografia è aggiornata al maggio 2003.

1. SITUAZIONE RECENTE DELLA TELEVISIONE IN EUROPA

Andersen, *Outlook of the development of technologies and markets for the European Audiovisual Sector up to 2010*, ricerca realizzata su incarico della Commissione delle Comunità Europee, Direzione Generale Educazione e Cultura, Bruxelles, 2002.

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, *El mercado del televisión en la Unión Europea*, Madrid, 2002.

Davis William, *The European Tv Industry in the 21st Century*, Financial Times Business, Londra, 1999.

Debande Olivier e Chetrit Guy, *The European Audiovisual Industry. An Overview*, European Investment Bank (Eib), Bruxelles, 2001.

de Moragas Spà Miquel, Garitaonanda Carmelo, López Bernat, *Television on your doorstep. Decentralisation Experiences in the European Union*, University of Luton Press, Luton, 1999.

Fontaine Gilles, Mestayer Thierry, Guy Patrick, Michaud Laurent, *The world television market*, Idate, Strasburgo, 2002.

Ebu - Uer, *Intervento del Dr. Arne Wessberg* (Presidente dell'European Broadcasting Union), discussione del disegno di legge n. A. C. 3184, "Assetto del sistema radiotelevisivo" (presentato da M. Gasparri), Camera dei Deputati, Roma dicembre 2002; v. anche il relativo *Dossier documentativo* (a cura di G. Mazzone), consegnato alle Commissioni riunite Cultura e Trasporti.

Euromedia Research Group (a cura di Bernt Stubbe Stergaard), *The Media in Western Europe. The Euromedia Handbook*, Sage, Londra, 1999.

Euorstat, *Statistics on audiovisual services*, European Communities, Lussemburgo, 2002.

Hans-Bredow-Institute for Media Research (a cura di Christiane Matzen, André Lange, Lone LeFloch-Andersen), *Radio and Television Systems in Europe*. 2000/2001 Edition, Observatoire Européen de l'Audiovisuel, Strasburgo, 2000.

Informa Media Group, *European Television* (VII ed.), *Global Digital Television* (VII ed.), *Global Tv Programming – The Power of Programming* (II ed.), *Tv International Sourcebook 2003*, *Television Business International Yearbook 2003*, InformaMedia, Londra, 2001-2003.

Ioppolo Domenico e Pilati Antonio, *Il supermercato delle immagini. Scenari della televisione europea nell'epoca digitale*, Sperling & Kupfer, Milano, 1999.

Ip (a cura di Thomas Sudholt), *Television 2002. International Key Facts*, Ip-Rtl Group, Colonia, 2002.

Mediaset, *Audizione del Presidente Fedele Confalonieri*, discussione del disegno di legge n. A. C. 3184, "Assetto del sistema radiotelevisivo" (presentato da M. Gasparri), Camera dei Deputati, Roma, dicembre 2002; v. anche il *Dossier documentativo* (a cura della Direzione Affari Istituzionali e Direzione Marketing Strategico), consegnato alle Commissioni riunite Cultura e Trasporti.

Musso Pierre (a cura di), "Stratégies des groupes multimédiales", in *Dossier de l'audiovisuel*, Ina, Parigi, n° 94, 2000.

Olivari Bino e Somalvio Bruno, *La fine della comunicazione di massa. Dal Villaggio globale alla nuova Babele elettronica*, il Mulino, Bologna 1997. La prima parte del saggio è stata parzialmente rifiuta in un nuovo saggio: *La Tv nella Babele elettronica. Dalla globalizzazione delle comunicazioni alla società dell'informazione*, il Mulino, Bologna, 2003.

- Perrucci Antonio e Richeri Giuseppe, *Il mercato televisivo italiano nel contesto europeo*, il Mulino, Bologna, 2003.
- Zaccone Teodosio Angelo e Medolago Albani Francesca, per ISICult, *L'erba del vicino è sempre più verde? Analisi della struttura e dei palinsesti delle maggiori emittenti televisive europee*, Rai - Direzione Marketing Strategico Offerta e Palinsesti, mimeo, Roma, 2000.

2. STORIA DELLA TELEVISIONE IN EUROPA

- Aa. Vv., *Le televisioni in Europa* (vol. 1, Storie e prospettive della televisione nella Repubblica federale tedesca, in Gran Bretagna, Francia e Italia; vol. 2, I programmi di quarant'anni di televisione nella Repubblica Federale Tedesca, in Gran Bretagna, Francia e Italia), Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Torino, 1990; un aggiornamento di alcune parti di questa ricerca (ed un'estensione geografica, con l'inclusione anche di Spagna, Russia e Svizzera) è stato proposto da Pigozzi Elena e Tramontana Gaetano (a cura di), *EuroTv. L'evoluzione dei sistemi televisivi europei alle soglie del 2000*, Euresis Edizioni, Milano, 1999.
- Barberio Raffaele e Macchitella Carlo, *L'Europa delle televisioni. Dalla vecchia radio alla Tv interattiva*, il Mulino, Bologna, 1992.
- Barzanti Roberto, *I confini del visibile: televisione e cinema senza frontiere nelle politiche dell'Unione Europea*, Lupetti Edc, Milano, 1994.
- Benigni Glauco, *Re Media: gli uomini che posseggono i sistemi di comunicazione del pianeta*, Lupetti & Co., Milano, 1989.
- Euromedia Research Group (a cura di Karen Siune e Wolfgang Truetzschler), *Dynamics of Media Politics*, Sage, Londra, 1992.
- Grandi Roberto, *Le televisioni in Europa: tv etere, tv cavo, videogruppi, crisi, innovazioni, involuzioni*, Feltrinelli, Milano, 1976.
- Jongen François, *La police de l'audiovisuel. Analyse comparée de la regulation de la radio et de la télévision en Europe*, Bruylant & Lgdj, Bruxelles-Parigi, 1994.
- Pilati Antonio, *Mind: l'industria della comunicazione in Europa*, Sipi, Roma, 1993.
- Regourd Serge, *La télévision des Européens*, La documentation Française, Parigi, 1992.
- Sartori Carlo, *Lochio universale. Modelli di sviluppo, programmi e pubblico delle televisioni del mondo*, Rizzoli, Milano, 1981.
- Silj Alessandro (a cura di), *La nuova televisione in Europa* (vol. I, Realtà nazionali e televisioni senza frontiere; vol. II, L'esperienza italiana; vol. III, Gran Bretagna e Spagna; vol. IV, Francia e Germania. L'Europa dell'est. La regione scandinava), Fininvest, Milano, 1992.

3. TELEVISIONE DIGITALE

- Aa. Vv., *Tv digitale: innovazione tecnologica e produzione di programmi* in *Economia della Cultura*, anno IX, n° 3, il Mulino, Bologna, 1999.
- Agnola Michel e La Champion Rémy, *La télévision sur Internet*, Puf, Brigi, 2003
- Bipe Consulting, *Digital Switchover in Broadcasting. A Bipe Consulting Study for the European Commission*, Directorate General Information Society, Bruxelles, 2002.
- Ebu - European Broadcasting Union (Uer), *The Positioning of Digital Terrestrial Television in Western Union, Strategic Information Service* - Ebu, Ginevra, 2002.
- Fleischner Edoardo e Somalvico Bruno (a cura di), *La tv diventa digitale. Scenari per una difficile transizione*, FrancoAngeli, Milano, 2002.
- Giannotti Francesco, *Televisione su misura. Digitale e satellite. Fare e vedere la nuova tv*, Lupetti, Milano, 2001.
- Miccio Mauro e Mele Marco, *Le televisioni del futuro. Gli sviluppi della comunicazione nell'era della tecnologia digitale*, Sperling & Kupfer, Milano, 1997.
- Pagani Margherita, *La Tv nell'era digitale. Le nuove frontiere tecnologiche e di marketing della comunicazione televisiva*, Egea, Milano, 2000.
- Serafini Dom, *The ten commandments for the tv of the future*, Quaderni Prix Italia, Rai, Roma, 2002.
- Todreas Timothy M., *Value Creation and Branding in Television's Digital Age*, Quorum Books, Cambridge (Ma.), 2000.

4. LA CONVERGENZA, INTERNET E LE TLC

- Berardi Franco (Bifo), *La fabbrica dell'infelicità. New economy e movimento del cognitariato*, Derive/Approdi, Roma, 2001.
- Biffi Alfredo e Demattè Claudio (a cura di), *L'araba fenice: economia digitale alla prova dei fatti*, Etas, Milano, 2003.
- Cambini Carlo, Ravazzi Piercarlo, Valletti Tommaso, *Il mercato delle telecomunicazioni. Dal monopolio alla liberalizzazione negli Stati Uniti e nella Ue*, il Mulino, Bologna, 2003.
- Cambini Carlo e Valletti Tommaso, *I mercati della comunicazione nell'era digitale*, il Mulino, Bologna, 2002.
- Carlini Franco, *Divergenze digitali: conflitti, soggetti e tecnologie della terza internet*, Manifestolibri, Roma, 2002.
- Castells Manuel, *Galassia Internet*, Feltrinelli, Milano, 2002.
- De Biase Luca, *Edeologia. Critica del fondamentalismo digitale*, Laterza, Bari – Roma, 2003.
- Formenti Carlo, *Mercati di futuro. Utopia e crisi della Net Economy*, Einaudi, Milano, 2002.
- Frova Sandro, *Umts: Protagonisti, tecnologia, finanza e regolamentazione*, Egea, Milano, 2003.
- Giacola Riccardo, *Dizionario della New Economy*, Baldini&Castoldi, Milano, 2000.
- Motavalli John, *Bamboozled at the Revolution. How Big Media Lost Billions in the Battle for Internet*, Viking, New York, 2002.
- Pedemonte Enrico, *Personal Media. Storia e futuro di un'utopia*, Bollati Boringhieri, Torino, 1998.
- Pulcini Enrico, *Dopo Internet. Storia del futuro dei media interattivi. L'informazione personalizzata, il commercio elettronico, la tv digitale*, Castelvecchi, Roma, 1999.
- Tettamanzi Laura, *Spettatori nella rete. La relazione tra tv e Internet come modello di tv interattiva*, Eri-Rai, Roma, 2000.
- Van Dijk Jan, *Sociologia dei nuovi media*, il Mulino, Bologna, 2002.

5. ASPETTI PREVALENTEMENTE ECONOMICI E STRUTTURALI

- Aa. Vv., *The Audiovisual Management Handbook. Ad in-depth look at the film, television and multimedia industry in Europe*, Media Business School, Madrid, 2002.
- Aa. Vv., *Vers une nouvelle économie de l'audiovisuel*, Institut national de l'audiovisuel (Ina), in *Dossier de l'audiovisuel*, n° 82, la documentation Française, Parigi, 1998.
- Abell Derek F., *Business e scelte aziendali*, Ipsoa, Milano, 1986.
- Albaran Alan B. e Chan-Olmsted Sylvia M., *Global Media Economics: Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*, Iowa State University Press, Ames, 1998.
- Balio Tino (a cura di) *The American Films Industry*, The University of Wisconsin Press, Madison, 1985
- Barbarito Luca, *Analisi di settore. Metodologia e applicazioni*, FrancoAngeli, Milano, 1999.
- Barker Chris, *Global Television. An Introduction*, Blackwell, Londra, 1997.
- Barnow Erik et al., *Conglomerate and the Media*, The New York Press, New York, 1998.
- Bonnel René, *La vingt-cinquième image. Une économie de l'audiovisuel*, Gallimard, Parigi, 2001.
- Caroli Matteo G., *Globalizzazione e localizzazione dell'impresa internazionalizzata*, FrancoAngeli, Milano, 2000.
- Caver Richard E., *L'industria della creatività: economia delle attività artistiche e culturali*, Etas, Milano, 2001.
- Coutinet Nathalie, Moreau Francois, Peltier Stéphanie, *Les grandes groupes des industries culturelles*, Ministère de la Culture et de la Communication. Département des Études et de la Prospective, Parigi, 2002.
- Creton Laurent (a cura di), *Le cinéma à l'épreuve du système télévisuel*, Cnrs, Parigi, 2002.
- Demattè Claudio, *L'impresa televisiva: principi economici e variabili strategiche*, Etas, Milano, 2002.
- Della Valle Anna P. e McDonald Richard J., *Fusione Time Warner/Aol: implicazioni per la concorrenza e il pluralismo*, in *Economia della Cultura*, anno XI, n° 1, pagg. 91-101, il Mulino, Bologna, 2001.
- De Vescovi Francesco, *Il mercato della televisione*, il Mulino, Bologna, 1997.
- Doyle Gillian, *Understanding media economics*, Sage, Londra, 2002.
- Eshraghian Payam, *Digital convergence: Comparative corporate strategies for consolidating content and distribution channels amongst multinational media and communication firms*, The Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge, Cambridge, mimeo, 2001.
- Finley Joel W, *The Hollywood stars*, Octopus, Londra, 1988.
- Forgacs David, *L'industrializzazione della cultura italiana (1880-2000)*, il Mulino, Bologna, 2000.
- Frova Sandro, *Lecture di economia dei settori industriali*, Unicopli, Milano, 1986.
- Gambaro Marco e Francesco Silva, *Economia della televisione*, il Mulino, Bologna, 2002.
- Garrone Paola e Mariotti Sergio (a cura di), *L'economia digitale*, il Mulino, Bologna, 2001.

- Hoskins Colin, McFadyen, Finn Adam, *Global Television and Film. An Introduction to the Economics of the Business*, Clarendon Press – Oxford University Press, Oxford, 1997.
- Litman Barry Russel, *The Motion Picture Mega-Industry*, Allyn and Bacon, Boston, 1998.
- Negrine Ralph e Papathanassopoulos, *The Internationalization of Television*, Pinter, Londra, 1990.
- Pasquale Alberto, *Marketing del film*, Editori Riuniti, Roma, 2003 (in corso di pubblicazione).
- Pera Alberto, *Concorrenza e antitrust. Usi e abusi del mercato: le regole e le istituzioni per il suo corretto funzionamento*, il Mulino, Bologna, 1998.
- Perretti Fabrizio (a cura di), *L'industria audiovisiva europea e l'impatto del Gats: il caso italiano*, Sda Bocconi, mimeo, Milano, 2001.
- Perretti Fabrizio, *L'economia di Internet: analisi delle imprese, delle istituzioni, dei mercati*, Etas, Milano, 2000.
- Peter Michel E. e Montgomery Cynthia A. (a cura di) *Strategia. Il vantaggio competitivo secondo i maestri della Harvard Business School*, Il Sole 24Ore, Milano, 2003.
- Porter Michael E., *Il vantaggio competitivo*, Edizioni di Comunità, 2002.
- Resciniti Riccardo (a cura di), *Economia e marketing del tempo libero. Profili e prospettive di un'industria emergente*, FrancoAngeli, Milano, 2002.
- Scognamiglio Carlo (a cura di), *Introduzione all'economia dei settori industriali*, Unicopli, Milano, 1979.
- Sepstrup Preben, *Transnationalization of Television in Europe*, John Libbey – Acamedia, Londra, 1990.
- Sartori Carlo e Zaccone Teodosi Angelo, *Le risorse finanziarie del sistema radiotelevisivo: un'analisi comparativa nella Cee*, Ufficio del Garante per l'Editoria e la Radiodiffusione, Roma, mimeo, 1992.
- Sinagra Augusto, *La disciplina comunitaria del settore televisivo con riguardo all'ordinamento italiano*, A. Giuffrè, Milano, 2001.
- Vogel Harold L., *Entertainment Industry Economics. A Guide for Financial Analysts*, Cambridge University Press Cambridge, 1998.
- Wolf J. Michael, *L'economia dell'entertainment. L'impatto dei mega media sull'economia globale e sui consumi individuali*, Olivares, Milano, 2002.
- Woodhull Nancy J. e Snyder Robert W., *Media Mergers*, Transaction Books, New Brunswick (Nj), 1997.
- Veronis Suhler Stevenson, *Communication Industry Forecast - Communication Industry Report*, XVI ed., New York-Londra, 2003.

6. POLITICA CULTURALE E MEDIALE, ASPETTI POLITICI, NORMATIVI, SOCIOLOGICI

- Aa. Vv., *Reset - Speciale "Homo videns". Tutto il numero dedicato alla televisione nel mondo*, in *Reset*, n. 77, Reset, Roma, 2003.
- Abruzzese Alberto e Davide Borrelli, *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, Carocci, Roma, 2000.
- Barber Benjamin R., *La cultura Mc World*, in De Martino Giulio (a cura di), *Antologia del dissenso. Orizzonti politici e culturali del movimento antiglobalizzazione*, edizioni Intra Moenia, Napoli, 2001.
- Benhamou Françoise, *L'économie du star-system*, Odile Jacob, Parigi, 2002.
- Béra Matthieu e Lamy Yvon, *Sociologie de la culture*, Armand Colin, Parigi, 2003.
- Bourdieu Pierre, *Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano, 1997.
- Bourdieu Pierre, *Contro-feux 2*, Raisons d'agir éditions, Parigi, 2000.
- Brémond Janine e Greg, *Editoria condizionata*, Edizioni Sylvestre Bonnard, Milano, 2003.
- Briggs Asa e Burke Peter, *Storia sociale dei media. Da Gutenberg a Internet*, il Mulino, Bologna, 2002.
- Cardarelli Francesco e Zeno-Zencovich Vincenzo, *Il diritto delle telecomunicazioni. Principi normativa giurisprudenza*, Laterza, Bari-Roma, 1998.
- Codeluppi Vanni, *Il potere della marca. Disney, McDonald's, Nike e le altre*, Bollati Boringhieri, Milano, 2001.
- Collins Richard e Murrone Cristina, *New Media New Policies*, Polity Press, Cambridge, 1996.
- Comitato regionale per i Servizi radiotelevisivi – Irer, *Le televisioni regionali in Europa e Lombardia*, Guerini, Milano, 2000.
- Crane Diana, *La produzione culturale*, il Mulino, Bologna, 1997.
- Da Milano Cristina (a cura di), *Una nuova politica culturale per l'Europa*, Angelo Pontecorboli Editore, Firenze, 2002.
- Del Debbio Paolo, *Il mercante e l'inquisitore: apologia della televisione commerciale*, Il Sole-24 Ore, Milano, 1991.
- Del Debbio Paolo, *Global. Perché la globalizzazione ci fa bene*, Mondadori, Milano, 2002.
- Flichy Patrice, *Storia della comunicazione moderna: sfera pubblica e dimensione privata*, Baskerville, Bologna, 2000.
- Featherstone Mike, *Cultura globale: nazionalismo, globalizzazione e modernità*, Seam, Roma, 1996.
- Future Concept Lab (a cura di Morace Francesco), *Asimmetrie europee. Le 6 tendenze di consumo che stan-*

- no plasmando la Nuova Europa*, Libri Scheiwiller, Milano, 2002.
- Giordano Eduardo e Zeller Carlos, *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*, Icaria Antrazyt, Barcellona, 1999.
- Goldsmith Edward e Mander Jerry, *Le procès de la mondialisation*, Fayard, Parigi, 2001 (si cita l'edizione francese, perché contiene un approfondimento del "caso" Vivendi, a cura di Jean-Philippe Joseph).
- Gournay Bernard, *Exception Culturelle et Mondialisation*, Presses de Sciences Po, Parigi, 2002.
- Grantham Bill, *Some Big Bourgeois Brothel: Contexts for France's Culture War with Hollywood*, University of Luton Press, Luton, 2000.
- Gruppo Parlamentare del Pse - Parlamento Europeo, *L'unità delle diversità. La cooperazione culturale nell'Unione Europea*, Angelo Pontecorboli Editore, Firenze, 2001.
- Harding Thomas, *Videoattivismo. Istruzioni per l'uso*, Editori Riuniti, Roma, 2003.
- Held David e McGrew Anthony, *Globalismo e antiglobalismo*, il Mulino, Bologna, 2003.
- Hertz Norena, *La conquista silenziosa. Perché le multinazionali minacciano la democrazia*, Carocci, Roma, 2001.
- Hills Jill, *The Struggle for Control of Global Communication*, University of Illinois Press, Urbana, 2003.
- Huet Armel e Saez Guy *Le règne des loisirs. Loisirs culturels et sportifs, dynamiques sociospatiales* (a cura di), éditions de l'aube, La Tour d'Aigues, 2002.
- Machet Emmanuelle e Robillard Serge, *Television and Culture. Policies and Regulations in Europe*, The European Institute for the Media, Dusseldorf, 1998.
- Mattelart Armand, *La mondialisation de la culture*, Puf, Parigi, 1998.
- McQuail Denis, *I media in democrazia. Comunicazioni di massa e interesse pubblico: conflitti, regole, libertà d'informazione, nuove tecnologie*, il Mulino, Bologna, 1995.
- Messier Jean-Marie, *J6M.com*, Hachette, Parigi, 2000.
- Messier Jean-Marie, *Mon vrai Journal*, Balland, Parigi, 2002.
- Nikolchev Susanne (a cura di), *Guide juridique de l'audiovisuel en Europe*, Observatoire Européen de l'Audiovisuel, Strasburgo, 2000.
- Parenti Gian Paolo e Gnasso Stefano (a cura di), *Tendenze 2003: la società italiana dopo l'11 settembre*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2002.
- Paris Thomas (a cura di), *Quelle diversité face à Hollywood*, CinémAction, Arte-Corlet-Télérama, Parigi, 2002.
- Pascuzzi Giovanni, *Il diritto nell'era digitale. Tecnologie informatiche e regole privatistiche*, il Mulino, Bologna, 2003.
- Pasquali Francesca, *I nuovi media. Tecnologie e discorsi sociali*, Carocci, Roma, 2002.
- Ramonet Ignacio e Halimi Serge (a cura di), *L'empire des médias*, in *Manière de voir/Le Monde Diplomatique*, Parigi, n° 63, 2002.
- Ramonet Ignacio, *Propagande silenziose. Masse, televisione, cinema*, Asterios, Trieste, 2000.
- Regaud Serge, *L'exception culturelle*, Puf, Parigi, 2002.
- Ritzer George, *Il mondo alla McDonald's*, il Mulino, Bologna, 1997.
- Rodotà Stefano, *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Laterza, Bari-Roma, 1997.
- Rossi Guido, *Il conflitto endemico*, Adelphi, Milano, 2003.
- Schiller Herbert I. e Smythe Dallas W., *Mass Communications and American Empire (Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries)*, Westiew Press, 1992.
- Schiffrin André, *Editoria senza editore*, Bollati Boringhieri, Torino, 2000.
- Sciolla Loredana, *Sociologia dei processi culturali*, il Mulino, Bologna, 2002.
- Scott Allen J., *A new map of Hollywood and the World*, Center for Globalization and Policy Research, UCLA, Los Angeles, mimeo, 2002.
- Siliato Francesco, *L'antenna dei padroni. Radiotelevisione e sistema dell'informazione*, Index-Archivio critico dell'informazione, Mazzotta, Milano, 1977.
- Smythe Dallas W., "Il sistema delle comunicazioni: 'buco nero' del marxismo occidentale", in Aa. Vv., *Economia e politica dei mass media*, Quaderni di "Ikon", pagg. 35-62, FrancoAngeli, Milano, 1979.
- Unesco, *World Communication and Information Report 1999-2000*, Unesco Publishing, Parigi, 1999.
- Vita Vincenzo, *Linganno multimediale*, Meltemi, Roma, 1998.
- Warnier Jean-Pierre, *La mondialisation de la culture*, La Decouverte, Parigi, 2002.
- Williams Raymond, *Televisione: tecnologia e forma culturale e altri scritti*, Editori Riuniti, Roma, 2000.
- Wolton Dominique, *L'autre mondialisation*, Flammarion, Parigi, 2002.
- Zaccaria Roberto, *Diritto dell'informazione e della comunicazione*, Cedam, Padova, 2002.
- Zaccone Teodosi Angelo, Medolago Albani Francesca, Santori Valeria (a cura di), *Per fare spettacolo in Europa. Manuale per gli operatori italiani dello spettacolo, dell'audiovisivo e dell'industria culturale*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento Informazione e Editoria, Roma, 1996 (edizione su cd-rom, realizzata da IsICult, 1997).
- Zaccone Teodosi Angelo, Santori Valeria, Medolago Albani Francesca (a cura di), *Per un nuovo sistema di analisi del pluralismo mediale*, Publitalia '80 - Mediaset, Milano, mimeo, 1997.

7. SAGGI E RICERCHE GENERALI SULLA TELEVISIONE

Vengono indicati testi utili ai fini di approfondimenti di materie trattate in questa ricerca.

RICERCHE SULLA TELEVISIONE

Casetti Francesco e Di Chio Federico, *Analisi della televisione: strumenti, metodi e pratiche di ricerca*, Bompiani, Milano, 2001.

Parenti Gian Paolo e Di Chio Federico, *Manuale del telespettatore*, Bompiani, Milano, 2003.

Rositi Franco e Livolsi Marino, *La ricerca sull'industria culturale: l'emittente, i messaggi, il pubblico*, Carocci, Roma, 2001.

SULL'AUDIENZE

Bossi Vittorio, *Auditel: un sistema aperto. Cos'è e come funziona la ricerca tv*, Marsilio, Venezia, 2003.

Gargia Giulio, *L'arbitro è il venduto. Auditel, Audiradio, Hit parade, Audiweb, Audisat*, Editori Riuniti, Roma, 2003.

Gisotti Roberta, *La favola dell'Auditel*, Editori Riuniti, Roma, 2002.

Ien Ang, *Cercasi audience disperatamente*, il Mulino, Bologna, 1998.

Mc Quail Denis, *L'analisi dell'audience*, il Mulino, Bologna, 2001.

SUI PROGRAMMI / SULLA PROGRAMMAZIONE

Alessandra Alessandri, *Il reality show*, Rti - Direzione Intrattenimento, Rti, Milano, 1999.

Barlozzetti Guido (a cura di), *Il palinsesto: testo, apparati e generi della televisione*, FrancoAngeli, Milano, 1986.

Buonanno Milly (a cura di), *Eurofiction 2001. La fiction in Europa. Quinto rapporto*, Eri-Rai, 2002.

Demaria Cristina, Grosso Luisa, Spaziante Lucio, *Reality Tv. La televisione ai confini della realtà*, Rai-Eri, Roma, 2002.

Dga, *Out of the Box. The Programme Supply Market in the Digital Age. A Report for the Department for Culture, Media and Sport*, Londra, 2000.

Independent Television Commission (Itc), *Uk programme supply review. A report by Itc to the Secretary of State for Culture, Media and Sport*, Londra, 2002.

Jézéquel Jean-Pierre (a cura di), *Eurofiction économie. Économie de la fiction télévisuelle en Europe* (II ed.), Institut national de l'audiovisuel (Ina), Parigi, 2003.

Pérez de Silva Jorge, *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: La tercera revolución industrial*, Gedisa Editorial, Barcellona, 2000.

Sigismondi Alberto e Bonfante Luigi, *Grande Fratello. Il fascino indiscreto del quotidiano*, Link - Ricerca e Sviluppo Mediaset, Milano, 2000.

Taggi Paolo, *Vite da format. La tv nell'era del grande fratello*, Editori Riuniti, Roma, 2000.

Volli Ugo (a cura di), *Culti Tv. Il tubo catodico e i suoi adepti*, Link, Sperling & Kupfer-Rti, Milano, 2002.

Zaccone Teodosi Angelo, *Il mercato audiovisivo internazionale fra economia e cultura*, in *Bianco & Nero*, n. 1, pagg. 30-55, Centro Sperimentale di Cinematografia, Eri-Rai, Roma, 1986.

SULLA TV PUBBLICA

Celli Pier Luigi e Balestrieri Luca, "Il piccolo schermo e il declino dello spirito pubblico", in *il Mulino*, anno LII, n. 406, pagg. 306-316, il Mulino, Bologna, 2003.

Parascandolo Renato, *La televisione oltre la televisione. La tv pubblica nell'era della multimedialità*, Editori Riuniti, Roma, 2000.

Zaccone Teodosi Angelo e Medolago Albani Francesca, *Con lo Stato e con il mercato? Verso nuovi modelli di televisione pubblica nel mondo*, ricerca ISICult promossa da Mediaset, Mondadori, Milano, 2000.

SULLA QUALITÀ TELEVISIVA

Lasagni Cristina e Richeri Giuseppe, *La qualità della programmazione televisiva: punti di vista e criteri di misurazione nel dibattito internazionale*, Vqpt, Eri, Roma, 1994.

Sartori Carlo, *La qualità televisiva*, Bompiani, Milano, 1993.

SULL'ITALIA

Aroldi Piermarco e Colombo Fausto (a cura di), *Le età della Tv. Indagine su quattro generazioni di spettatori italiani*, V&P Università - Osservatorio sulla Comunicazione - Direzione Marketing Rti (Mediaset), Milano, 2003.

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, *Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro*, AgCom, Presidenza del Consiglio dei Ministri - Die, Roma, 2003.

- Barca Flavia e Novella Patrizia, *Tv locali in Italia. Organizzazione e programmi*, Eri-Rai, Roma, 1996.
- Colombo Fausto, *La cultura sottile: media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*, Bompiani, 1998.
- Grasso Aldo, *Storia della televisione italiana*, Garzanti, Milano, 2000.
- Istituto di Economia dei Media – Fondazione Rosselli, *L'industria della comunicazione in Italia. Imprese e mercati: bilancio di un decennio*, Guerini e Associati, Milano, 2002.
- Menduni Enrico, *Televisione e società italiana: 1975-2000*, Bompiani, Milano, 2002.
- Monteleone Franco, *Storia della radio e della televisione in Italia. Un secolo di costume, società e politica*, Marsilio, Venezia, 2003.
- Morcellini Mario (a cura di), *Mediævo. Tv e industria culturale nell'Italia del 20° secolo*, Carocci, Roma, 2001.
- Pilati Antonio e Richeri Giuseppe, *La fabbrica delle idee. Il mercato dei media in Italia*, Baskerville, Bologna, 2000.
- Sorice Michele, *Lo specchio magico: linguaggi, formati, generi, pubblici della televisione italiana*, Editori Riuniti, Roma, 2002.

8. LETTERATURA GRIGIA

- Ci si limita a riportare alcuni buoni esempi di rapporti di ricerca (a circolazione riservata) finalizzati alla sensibilizzazione degli investitori, curati da analisti finanziari specializzati nei media, che forniscono comunque interessanti chiavi di lettura dei mercati e dei gruppi televisivi:
- Abn Amro Australia, *Media Industry Developments*, Sydney, 2002.
- J. P. Morgan Securities, *Pan-European Free Television*, Londra, 2002.
- Merrill Lynch, *Blueprint for Media Investment. Global Strategic Analysis of 22 Media Sub-sectors*, Londra, 2002.
- PriceWaterhouseCoopers, *Global Entertainment and Media Outlook 2002-2006*, New York, 2002.

9. DIZIONARI E SIMILI

- Aa. Vv., *Atlas des médias dans le monde, Autrement*, Atlas-Monde, Parigi, 2001.
- Aa. Vv., *International Encyclopedia of Communications*, Oxford University Press, New York – Oxford, 1989.
- Bassan Fabio (a cura di), *Dizionario giuridico delle comunicazioni*, Beltel / Caspa, Milano, 2000.
- Brown Les, *Encyclopedia of Television*, New York Times Books, New York, 1977.
- Carrier Hervé s.j., *Lexique de la Culture. Pour l'analyse culturelle & l'inculturation*, Desclée, Tournai – Louvain-la-Neuve, 1992.
- Grasso Aldo, *Enciclopedia della televisione*, Garzanti, Milano, 2002.
- Lever Franco, Rivoltella Pier Cesare, Zancchi Adriano, *La comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, Elledici – Rai-Eri – Ias, Roma, 2002.
- Reed Robert M. e Maxine K., *The Encyclopedia of Television, Cable and Video*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1990.
- Wulf Christoph (a cura di), *Cosmo, corpo, cultura. Enciclopedia antropologica*, Bruno Mondadori, Milano, 2002.

10. EMEROGRAFIA

Si segnalano solo le testate veramente fondamentali, indispensabili per un monitoraggio del sistema televisivo e mediale (viene indicato il Paese nel quale la testata è edita):

Italia:

- periodici: *Beltel, Economia della Cultura, Gulliver, Il Diritto d'Autore, Il Diritto delle Radiodiffusioni e delle Telecomunicazioni, Link - Idee per la Tv, Matrix, Media Forum, Media Key, Mercato concorrenza regole, Millecanali, Prima Comunicazione, Problemi dell'informazione; Il Mondo, Panorama Economia*,
- quotidiani: *Il Sole-24 Ore, Italia Oggi, Corriere della Sera, la Repubblica, punto.com* (2000-2002).
- database: *Dea (Ansa), Il Sole-24 Ore, Corriere della Sera, La Stampa, Key4biz*, rassegna stampa quotidiana: *Siae, Rai, Mbac*.

Europa:

- *Broadcast, Circular, Dossier de l'Audiovisuel, Iris, La Lettre du Csa, Satellifax* (Francia); *Media Perspektiven* (Germania); *Broadcast, Screen Digest, Tv International Daily, Television Business International, TheMediaGuardian* (Regno Unito); *Noticias de Comunicación* (Spagna); *Diffusion e Sis Briefings* (Svizzera); *Culturelink* (Croazia);

Usa:

- *Journal of Cultural Economics, The Journal of Media Economics, Multichannel, Variety*.