

Fare Radio Formati Programmi E Strategie Per La Radiofonia Digitale

«La cultura materiale legata ai consumi si è dimostrata in grado di strutturare la società, di marcare i confini di classe, genere, generazione e le differenziazioni regionali; ha avuto riflessi nel mondo dell'arte e della letteratura; ha ispirato le politiche di governo. È una costruzione culturale che ci permette di osservare l'Italia da un'angolazione molto particolare, e di scoprire aspetti inediti e forse sorprendenti.» Dalla lotta contro la povertà dei primi governi liberali dell'Italia unita, passando per l'autarchia fascista, fino ad arrivare alle politiche del welfare e ai movimenti del consumo critico dei nostri giorni, Emanuela Scarpellini traccia una storia dei consumi italiani che si snoda in parallelo con i grandi filoni della storia culturale, politica, economica e sociale del nostro Paese.

Radio in the Global Age offers a fresh, up-to-date, and wide-ranging introduction to the role of radio in contemporary society. It places radio, for the first time, in a global context, and pays special attention to the impact of the Internet, digitalization and globalization on the political-economy of radio. It also provides a new emphasis on the links between music and radio, the impact of formatting, and the broader cultural roles the medium plays in constructing identities and nurturing musical tastes. Individual chapters explore the changing structures of the radio industry, the way programmes are produced, the act of listening and the construction of audiences, the different meanings attached to programmes, and the cultural impact of radio across the globe. David Hendy portrays a medium of extraordinary contradictions: a cheap and accessible means of communication, but also one increasingly dominated by rigid formats and multinational companies; a highly 'intimate' medium, but one capable of building large communities of listeners scattered across huge spaces; a force for nourishing regional identity, but also a pervasive broadcaster of globalized music products; a 'stimulus to the imagination', but a purveyor of the banal and of the routine. Drawing on recent research from as far afield as Africa, Australasia and Latin America, as well as from the UK and US, the book aims to explore and to explain these paradoxes - and, in the process, to offer an imaginative reworking of Marshall McLuhan's famous dictum that radio is one of the world's 'hot' media. Radio in the Global Age is an invaluable text for undergraduates and researchers in media studies, communication studies, journalism, cultural studies, and musicology. It will also be of interest to practitioners and policy-makers in the radio industry.

OS X 10.7 è finalmente disponibile e Mac OS X Lion Grande Guida per il Professionista è la chiave che vi consentirà di accedere a tutti i suoi segreti, permettendovi di scoprire le grandi funzionalità derivate direttamente dai vostri iPad e iPhone. Tutte le importanti novità di OS X, come Launchpad, la funzione Versioni, AirDrop e Mission Control sono illustrate in profondità e attraverso numerosi esempi. Anche gli utenti esperti delle precedenti versioni di OS X troveranno in questo libro una vasta collezione di suggerimenti e trucchi che permetteranno loro ulteriori progressi mentre prendono confidenza con Lion. Con un'appendice dedicata a Mountain Lion.

"In uno scenario plurale, fatto di diverse possibili storie, si colloca questa ricerca rivolta proprio al "banale, quotidiano, normale" per eccellenza, i programmi televisivi: alle strutture organizzative che li realizzarono sono dedicate queste pagine, attraverso una analisi delle modalità con le quali si è andato organizzando il fare televisione, facendone emergere i modelli editoriali che sono stati elaborati per ideare - produrre - trasmettere programmi televisivi da parte del servizio pubblico, mettendo a confronto le diverse strutture editoriali che discendevano da quei modelli, valutandone gli esiti, a cominciare dalle figure professionali prevalenti, gli ingegneri nella prima fase, poi gli specialisti della gestione, successivamente i controller e gli esperti di informatica, che accanto ai programmisti e ai giornalisti sono state le

dramatis personae di questo cinquantennio. "

Raccolta di saggi sulla storia delle radio private di tipo politico, commerciale e religioso e sul loro impatto nel mondo della comunicazione italiana, con schede di approfondimento su singole emittenti. Comprende trascrizioni di trasmissioni storiche, fotografie di protagonisti, sentenze della Corte costituzionale sul sistema delle telecomunicazioni emesse tra il 1974 e il 1976, una cronologia di fatti essenziali dal 1964 al 2005. (ubosb).

The book ""Theories and Techniques of Radio Broadcasting"" is the first textbook for professional radio hosts. The structure of the book follows path, starting from a more general view of the Radio (the structure of Radio Broadcasting, the radio as a company, different radio formats, the division of roles, and the radio clock) and then gets closer and closer to the specific character of the radio host. It answers important questions, such as: ""How do you become a radio host? What are the main rules of conducting radio?"" then moves on to technical issues such as the management of the duration of a segment, the use of the AIDA technique and how to prepare a radio demo.

Tutti guardano la televisione. Molti ne parlano, ne discutono, ne scrivono. Non sempre però l'analisi riesce ad andare molto oltre il riassunto degli episodi, gli highlight della puntata, l'elenco di quello che è piaciuto o non è piaciuto al singolo spettatore. Eppure, non mancano gli strumenti metodologici e le prospettive teoriche e critiche che possono aiutare a indagare meglio le strategie creative, l'impatto culturale o l'importanza sociale di quello che va in onda sul piccolo schermo. Questo volume vuole essere una palestra per esercitare lo sguardo sulla televisione. Sono raccolti qui 19 saggi, scritti da autori differenti per competenze e per estrazione, dagli studiosi di media e di televisione ai professionisti che sanno riflettere sul loro lavoro e alle penne del giornalismo culturale. Ciascuno ha scelto un singolo programma o personaggio della televisione italiana e globale di oggi, e questo è l'innescò, il pretesto, la scusa per un'analisi che spesso lo trascende. Esercitando prospettive differenti: le letture testuali e il dietro le quinte dell'industria televisiva, l'analisi della ricezione critica e quella del consumo, il genere e i format, la scrittura e la promozione, l'estetica e la sociologia. Dalla fiction italiana alla serialità statunitense ed europea, dal talk show al reality, dall'informazione all'intrattenimento, dal factual ai meme e alla televisione di Instagram, tra le pagine di questo libro si compone un quadro aggiornato e molto efficace dalla tv contemporanea.

Se fossimo in un paese normale o almeno seminormale, i dirigenti della Rai dopo aver letto queste pagine dovrebbero alzare il telefono e ringraziare Gilberto Squizzato, che nonostante lo spirito dei tempi ha deciso di scrivere un libro che rappresenta un vero e proprio atto d'amore per il ruolo e la funzione di quello che una volta veniva chiamato il servizio pubblico radiotelevisivo. Se e quando la lunga notte della politica e dell'informazione finirà, sarà il caso di ringraziare i giornalisti come lui, che non hanno mai rinunciato a esercitare la loro funzione civile, anche quando amici e magari compagni li invitavano a lasciar perdere e adeguarsi. (Dalla prefazione di Beppe Giulietti)

Qual è stato il ruolo delle nuove radio private, locali e nazionali – comparse in modo capillare nel territorio nazionale a partire dalla metà degli anni Settanta – nella società italiana? E quale la loro importanza all'interno di un sistema dei mass media in rapida evoluzione, con la centralità della televisione? Come si è passati dal sistema monopolistico della Radio Rai alle migliaia di esperienze di radio libere, locali, private, indipendenti? Dall'esempio delle radio offshore in Nord Europa ai primi esperimenti clandestini in Italia, dalla Radio Sicilia Libera di Danilo Dolci alla legge di Riforma della Rai del 1975 e alla sentenza della Corte costituzionale del 1976, dalle radio politiche a quelle musicali, dall'impegno all'evasione, un ventennio di storia della radio è ricostruito studiandone l'impatto all'interno del sistema dei mezzi di comunicazione di massa, ed esaminando contenuti, strategie

editoriali e degli ascolti, cesure e trasformazioni di un'epoca in cui il desiderio di libertà si esprimeva andando, anziché on line, in onda.

Dall'autore del fortunato manuale sui linguaggi della radio e della televisione (16 edizioni complessive), una guida aggiornatissima ai cambiamenti che il digitale ha portato ai due grandi media del Novecento. La maggior parte dei manuali che trattano di radio e di TV offrono una ricostruzione del passato in cui i cambiamenti del presente sono ridotti a poco più di un'appendice. Ma questa impostazione non ha più senso, perché radio e tv non sono più le stesse dopo il passaggio definitivo al digitale e a causa dell'intreccio con la rete e con i social network. Pur non tralasciando i riferimenti alla televisione del passato i cui prodotti ancora consumiamo, il testo offre uno sguardo tutto orientato al presente su programmi, format, palinsesti, audience, rapporti con la società, pubblicità, strategie di produzione e di distribuzione. Alla radio, grazie alle specifiche competenze dell'autore, è dedicato uno spazio ampio, e non una sintetica aggiunta alla trattazione televisiva. Il libro è frutto di una lunga esperienza professionale e didattica dell'autore e intende sostituire il manuale che per anni si è affermato nei corsi di sociologia della comunicazione, di linguaggi radiotelevisivi, di giornalismo.

IL FANTASMA "Potrebbe abbassare il volume della radio, per favore?" Il tassista con la faccia da maiale armeggia sui tasti dell'autoradio. "è che questi ragazzi mi fanno proprio impazzire. Non hanno paura di niente. Sono la voce di noi poveri stronzi!" mi dice ridendo. "Mi dispiace, ma non li conosco." "Cosa?" mi chiede voltandosi di scatto. "Davvero nonconosce Lo Zoo di 105?!!" "No," mi viene da ridere "ma oggi devo incontrare uno di loro." MARCO MAZZOLI Cazzo, è tardissimo. Anche stanotte ci siamo sparati cinquanta chilometri in macchina, con Chiucchiolo che guida a scatti come Automan e noi dietro che cerchiamo di tenerlo sveglio. Dopo giorni di fuoco, pressato nei sedili posteriori con il Ciccione da una parte, i piedi del Comunista dall'altra, le scoregge dello Scemo col cappellino, finalmente sto tornando a casa. Domani ormai oggi pomeriggio devo incontrare uno scrittore sconosciuto, incaricato di buttare giù un libro sulla mia vita. Insomma mi devo beccare un cazzo di ghost writer alla Polanski. Il libro che avete fra le mani nasce da questo incontro tra Marco Mazzoli e il Fantasma, all'inizio entrambi sospettosissimi l'uno dell'altro. A provocarlo, l'Editore che da anni insegue Mazzoli per offrire ai milioni di fan la bibbia della trasmissione e, insieme, un ritratto inedito dell'uomo che è da sempre la sua anima. Il risultato, però, è andato oltre le più rosee aspettative: Mazzoli ha deciso di raccontarsi in prima persona, con la sua voce trascinate e spudorate, ripercorrendo tutta la propria vita e la storia dello Zoo di 105. Scherzi senza vergogna, impensabili retroscena, gelosie e tradimenti, querele assurde, aneddoti irresistibili, ma anche la lunga strada che, passando per l'infanzia in America e la gavetta nelle radio locali fra Como e Milano, lo ha portato a Radio 105: tutto questo si legge in Radio-grafia di un dj che non piace e qua e là lo si vede e lo si ascolta pure grazie ad alcuni QR Code che rimandano a materiale raro e imperdibile.

La pandemia Covid-19 ha comportato conseguenze e trasformazioni prefigurando scenari inediti sul piano economico, sociale e personale, determinando anche nel campo della ricerca l'urgenza di esplorarne le ricadute. Il volume dà quindi conto delle indagini svolte e in corso, sin dai primi giorni del lockdown, dai docenti e dai collaboratori del Dipartimento di Scienze della

Formazione dell'Università Roma Tre, toccando i temi più diversi: dalla didattica a distanza, all'università e nei diversi ordini di scuola, al futuro dei servizi di orientamento, dal lavoro socio-educativo nelle varie tipologie di servizi all'impatto della pandemia sulle comunità, dalle narrazioni ai linguaggi artistici a contrasto di quest'emergenza non solo sanitaria. Si sono così esplorate le diverse educazioni possibili, riassegnando centralità ai processi formativi e al benessere delle persone, provando a tratteggiare nuovi paradigmi e prospettive.

Il volume si offre come occasione di osservazione della messa in scena della realtà da parte del mezzo televisivo, con un'attenzione particolare per alcuni ambiti: la rappresentazione della famiglia, i bambini in rapporto alla pubblicità, la narrazione religiosa e lo sport. Tra dinamiche linguistiche e sollecitazioni pragmatiche, i saggi ripercorrono alcune tappe della storia recente della televisione italiana, portando alla luce formati e generi ritenuti esplicativi delle strategie di mediazione televisiva.

Cos'hanno in comune What's Going On di Marvin Gaye, Bohemian Rhapsody dei Queen e Creep dei Radiohead? Sono brani fondamentali nella storia della musica, ma non avrebbero avuto futuro se tre diversi deejay non se ne fossero innamorati e non li avessero inseriti a ripetizione nei loro programmi radiofonici. Di casi analoghi è piena la storia della musica e numerosi artisti devono molto alle radio. E, allo stesso modo, dischi e generi musicali hanno decretato il successo di radio e deejay. In questo libro sono raccolte le storie delle emittenti radiofoniche, delle evoluzioni tecnologiche e legislative, delle voci più celebri e delle canzoni. Tutto in un immenso caleidoscopio che costituisce l'infinita avventura delle radio e della musica. Non sappiamo esattamente con quali mezzi tecnici e con quali suoni da diffondere nell'etere, ma certamente in futuro ci sarà ancora una radio, una voce amica e un senso di appartenenza a una comunità che accompagnerà nuove generazioni di fedeli ascoltatori. Il libro contiene interviste esclusive a Renzo Arbore, Claudio Cecchetto e Linus. Prefazione di Enrico Menduni e Postfazione di Massimo Cotto.

Fra la fine degli anni Sessanta e la metà degli anni Novanta l'Italia cambia due volte pelle, corpo, anima. Prima, nel decennio 1967-1977, scopre la partecipazione, l'egualitarismo, il femminismo, la democratizzazione della cultura; poi, negli anni fino al 1994, l'individualismo, la microimprenditorialità, il diritto al consumo, la seduzione del benessere e della moda. Due paesi, o meglio due immaginari, il secondo sovrapposto al primo e alla fine vittorioso. Il libro li racconta attraverso un'analisi trasversale dei media: stampa, cinema, fumetto, musica, radio e televisione. Scorrano, riscoperti in un'analisi del tutto inedita, i fatti, i personaggi, le storie e i testi che hanno appassionato e avvinto gli italiani, guidandoli dalla contestazione al riflusso. Canzoni, film, programmi televisivi, eventi sportivi, protagonisti della cultura e della politica entrano a far parte di un racconto nuovo, che rileggendo il passato ci porta al cuore dell'Italia di oggi. Ne emerge la biografia culturale di un paese leggero: leggero come la fantasia, capace di grandi voli, ma anche come il disimpegno, il disinteresse, la fuga dalla realtà, fino alla tragica dimenticanza delle proprie virtù.

Partendo dal punto di vista dell'ascoltatore, ma evitando ogni forma di nostalgia fine a se stessa, il saggio spiega i motivi per cui la radio sembra essere un mezzo indispensabile per garantire a tutti il diritto all'informazione anche nell'epoca di Internet.

Copywriting, tra arte e tecnica è un viaggio che prende vita dalle materie fondanti della scrittura per poi delineare l'ampio respiro di questo strumento espressivo, fino a chiudere con gli elementi più moderni che strizzano l'occhio a un futuro di valore. La multidisciplinarietà della materia, che attraversa secoli e strumenti, viene così ben espressa dalla forma corale e permette di capire perché il copywriting è protagonista dello scambio comunicativo: focalizza il messaggio e restituisce molteplici sensazioni; fa proprio il tempo, con la ritmica data

dalla punteggiatura; sfrutta lo spazio, attraverso gli ingombri e le scelte stilistiche; evoca con la fonetica, esprime una, nessuna, centomila personalità. Otto capitoli per otto esperienze che hanno a che fare con la scrittura, in quella che si preannuncia come una sfida ambiziosa: elevare il concetto stesso di copywriting, permettendo di cogliere il plus della passione, il rigore dell'impegno, l'importanza della ricerca della qualità (specie nei sentimenti che animano gli autori), il vivido sguardo di chi, anche e grandemente, di scrittura vive e lo fa respirandola a pieni polmoni.

Lo scenario è a 10 chilometri da Manhattan, dove si stende una grande area chiamata Flushing Meadows, che prima era una palude infestata dalle zanzare. È il 30 aprile del 1939. Si apre l'Esposizione Universale di New York. La Rca, la società che possiede la catena radiofonica Nbc, presenta l'ultima meraviglia delle meraviglie, una 'cosa' chiamata tv e, poco dopo, il presidente degli Stati Uniti Franklin Delano Roosevelt viene inquadrato mentre pronuncia il discorso di inaugurazione. Comincia così la storia della scatola magica più diffusa al mondo: Aldo Grasso spiega come è cambiata e perché la nostra cultura dal momento in cui ci siamo fermati a guardarla.

[Copyright: 2ef8386094ad5127ff232467e2eddaab](https://www.copyright.com/details.do?cid=2ef8386094ad5127ff232467e2eddaab)