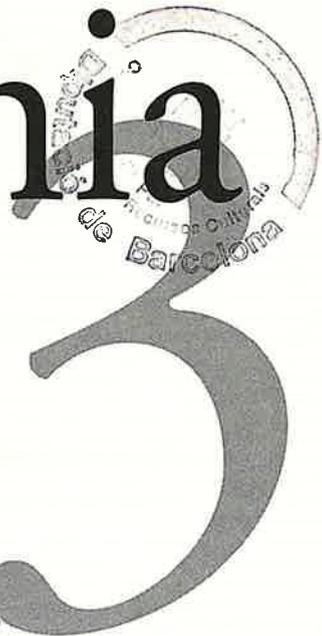


Economia della Cultura



- 4 *Nota di redazione*
5 Vittorio Ripa di Meana *Editoriale*

SAGGI

- 6 Giovanni Bechelloni *La cultura dei media tra identità e mercato*
16 Massimo Fichera *La fine della comunicazione di massa*
30 Giuseppe Richeri *La televisione degli anni '90. Problemi e interrogativi*
38 Stefano Rolando *La comunicazione pubblica al servizio della cultura*
48 Severino Salvemini *Tra cultura e mercato: cenni sull'industria cinematografica*

INTERVISTE

- 56 Carla Bodo *Importante il trattato di Maastricht per la cultura*

NOTE

- 59 Roberto Barzanti *La circolazione dei beni culturali nel mercato europeo*
64 Davide Giacalone *I mali del trust pubblico nel mercato pubblicitario*
68 Stefano Rolando *Iniziative pubbliche per la promozione culturale*
70 Massimo Peltretti *Verso una cultura italiana dei media*
72 Sergio Masini *Nuovi gli strumenti legislativi per un corretto rapporto tra media e cultura*
74 Franco Tassinari *Statistiche sulle trasmissioni televisive*

RUBRICHE

- 78 *Beni culturali*
80 *Patrimonio urbano*
86 *Arti visive*
90 *Spettacolo dal vivo*
92 *Spettacolo riprodotto*
94 *Luoghi dell'arte*
96 *Notiziario internazionale*

RECENSIONI

- 99 *Libri*
102 *Articoli da riviste*

Rivista quadrimestrale dell'Associazione per l'Economia della Cultura
Anno II, n. 1, 1992