

Tutti Divi Vivere In Vetrina Saggi Tascabili Laterza

Assediati da una società iper-accelerata dove i legami tradizionali si allentano e il privato finisce sempre più spesso (e volentieri) in vetrina, abbiamo tutti più che mai bisogno di sentirci eroi. O, più modestamente, celebri. Vanni Codiluppi fotografa la tendenza più glam del nuovo millennio e il caso esemplare di Ligabue, divo suo malgrado.

1381.1.16

1944.37

In current academic debates, leisure is increasingly defined as a discursive construction originating both from the specific meanings created by individuals, and the institutionalizing processes that legitimate certain experiences and their spatial-temporal conditions as "leisure". As a result of social construction and the different social conditions existing at a certain historical moment in different societies, the borders among the various aspects of leisure are becoming more and more blurred; as is the case, for instance, with the borders between leisure and work activities. Such border-crossing is the leitmotif of this book. Although focusing on sociological research, it has in fact a multidisciplinary scope and will appeal to a variety of scholars and students interested in the study of leisure in contemporary society as a fundamental dimension of everyday sociality and sociability with very important effects on social cohesion as a whole. After an introductory section, offering general frames on key definitions of leisure and leisure issues, five other sections follow which concentrate on more specific aspects of leisure practices and forms in contemporary society.

Nessi sintattici sconvolti ma geniali illuminazioni, sintesi violente che spesso solo chi lo conosce o è anche abituato al linguaggio della musica può interpretare a fondo, il tutto sostenuto da una lingua parlata, una gergalità di bolognese e di musicista spesso solo frutto dei nessi logici strampalati delle cosmogonie villottiane. Il tutto si legge e si lascia leggere bene, anche da chi non è musicista né di Bologna; si lascia leggere perché è uno spaccato intenso di vita e di condizioni umane, vita di rockeri e di orchestre in una curiosa e un po' falsa ma appassionata bohème, scritto in maniera strana ma abile e per niente alleggerita e consenziente, inutile o tirata via. Le esperienze al limite dell'incredibile di un artista "universalmente" conosciuto e amato per la sua simpatia, genialità e originalità. Prefazione di Francesco Guccini Illustrazioni di Sergio Staino Il "paradiso abitato da diavoli" - Riflessioni sul male Parte seconda - Percorsi Andrea Bixio Eros e il male: dal dio capriccioso alla macchina erotica Alberto Abruzzese, Davide Borrelli Le scienze sociali tra demonio della comunicazione e comunicazione del demonio Marcello Strazzeri Walter Benjamin e la funzione della violenza nella creazione giuridica Vincenzo Rapone L'esperienza della comunione intima tra gli esseri. Erotismo, Male, Sacrificio in Georges Bataille Tito Marci L'"irredentismo" dell'Oggetto. Il principio del Male nel pensiero sociologico di Jean Baudrillard Roberto Valle La falsificazione del male. Anticristo e katechon nel pensiero religioso e politico russo dell'età d'argento Folco Cimagalli Sofferenza, Dio e caos. Alcune note sulla teodicea in Weber Emanuele Rossi Theodor W. Adorno e il male "insaziabile": una lettura sociologica Erica Antonini Le figure del male in Hannah Arendt Raffaele Bracalenti, Attilio Balestrieri "Bestemmiavano Dio e i loro parenti". Alcune riflessioni psicoanalitiche sul male Note Recensioni

This book provides a snapshot of the major social, cultural and economic changes that have taken place in the contemporary consumer society following the global financial crisis of 2008. It discusses brands, consumption patterns and advertising, and highlights their symbolic component. Markets are conversations, as the Cluetrain Manifesto pointed out as early as 2000, and this is all the more so today in our increasingly digitalized society. Advertising, therefore, needs to attune products to the most interesting conversations, those that are consistent with the new sensibility of the individual, identifying the languages which reflect most closely the new values and which are most useful for effective storytelling. The analysis here focuses on Italian advertising, but the language categories described are in tune with the new Zeitgeist, which, faced with the challenge of climate change and the crisis of unlimited economic growth, demands a more informed and responsible approach to consumption globally. The book is, therefore, useful for those working in corporate communication, advertising agencies, universities and Italian cultural organizations.

Cosa è successo alle nostre democrazie? Perché vivono una crisi di legittimità e di performance proprio quando sembravano indiscutibilmente vincenti? A partire da numerosi sintomi, diffusi in tutto l'Occidente, il volume giunge a una diagnosi a largo spettro e perviene alla conclusione che la democrazia è affetta da demopatia. È malata perché è malato il demos. E il demos si è ammalato "inevitabilmente", per una sorta di patologia autoimmune e degenerativa, che è il prodotto di mutamenti fortemente voluti in tutto l'Occidente. Il malessere democratico è il derivato della lunga transizione alla postmodernità: individualizzazione, perdita di senso sociale, fine delle metanarrazioni, crisi del sapere, delle istituzioni e delle autorità cognitive, narcisismo, nuove percezioni e concezioni di tempo e spazio, trionfo della sindrome consumistica e della logica totalizzante dell'"usa e getta" che ormai si applica in ogni ambito esistenziale. I grandi motori di questo cambiamento sono i mass media e le innovazioni tecnologiche. Hanno accelerato la transizione postmoderna, incrementando le logiche della società dei consumi: istinti, istanti, immaginario, neoreale mediatico più rilevante del reale "empirico", politiche simboliche che dominano sulle politiche reali, verità "diffuse" e personalizzate. La democrazia che ne deriva, mediatizzata e psicologica, sembra una sondocrazia permanente, i cui leader assumono le caratteristiche dei follower (inseguitori dell'opinione pubblica) e in cui l'opinione si fa emozione pubblica, tanto è diventata volatile e volubile in una dinamica istantanea. Le terapie proposte fin qui, per uscire dalla crisi, sembrano spesso velleitarie. Non si salva la democrazia immaginando retromarce della storia, evocando il ritorno a una presunta età dell'oro o confidando in individui iper-razionali che non esistono. C'è una sola strada percorribile: fare i conti con noi stessi. Se non si parte dal demos, non esiste cura democratica.

La possibilità di utilizzare facilmente i media per comunicare con gli altri moltiplica i messaggi che ciascun individuo produce su se stesso. Ne è un esempio l'abitudine di scattarsi selfie per diffonderli in Rete, diventata oggi una dilagante pratica di massa. Questo libro si occupa di tale pratica, ma tratta anche di altri importanti fenomeni sociali (dai social network alla propaganda politica) che mostrano con chiarezza come siano in forte crescita i messaggi che le persone producono per parlare di sé e che sono parte di una potente tendenza operante da tempo nelle società occidentali: la «vetrinizzazione sociale».

Una vita accelerata, una merce in vetrina, in un'ipermetropoli dove sono le marche a plasmare l'identità e il consumo è diventato quasi paradossale. Come fare a trovare una rotta se il mondo nel quale viviamo promette a tutti felicità e benessere, ma in realtà dispensa soprattutto ansia e insoddisfazione? Se si presenta continuamente sotto l'aspetto di un mondo magico dove le persone possono esaudire qualsiasi desiderio, ma alla fine non produce che frustrazioni?

This unique book presents original concepts to characterize the current crisis of democracy. Offering a comparative study of original electoral data and analysis of contemporary trends,

models and theoretical frameworks, Luigi Di Gregorio argues that democracy is affected by 'demopathy'; it is sick and is in need of therapy.

Qual è la relazione tra lo star system e la sfera pubblica, inclusa la politica? Secondo questo brillante saggio, le star del cinema e della musica, di fronte alla progressiva desacralizzazione della figura del divo e all'impoverimento delle mitologie a essa collegate – anche a causa dell'irruzione sulla scena prima della televisione, poi dei social media –, hanno riconquistato parte del prestigio perduto mediante una rigenerazione narrativa giocatasi su un nuovo palcoscenico, quello della politica. Nel libro si esaminano non solo le principali trasformazioni del rapporto tra lo star system e la sfera politica, con particolari riferimenti al cinema e alla musica, ma anche il tema dell'umanitarismo delle celebrità, analizzando lo storytelling sviluppato attorno alle attività filantropiche di stelle quali Danny Kaye, Audrey Hepburn, Bob Geldof, Bono Vox, Angelina Jolie e George Clooney.

In the last 50 years, the social importance of stars has steadily grown, to the point that stars have now become key role models who strongly influence people's behaviours. This book considers the connections between the three main media (cinema, television and the web) and each of the three phases into which the history of stardom can be divided. The first phase can largely be credited with the creation and codification of contemporary stardom, while the second is linked to the spread of television, which weakened the Hollywood stardom model and gradually transformed the figure of the star, making it more intimate and familiar. In the last of these phases, we have many 'outsiders' (personalities from a variety of professional domains and experiences) who are able to achieve considerable social visibility thanks to their skilful use of the web. Come ogni cantautore, Luciano Ligabue ha creato un orizzonte immaginario con le sue canzoni, ma anche producendo testi di altro genere. Nel suo caso, infatti, siamo di fronte a un personaggio che ha sentito l'esigenza di esprimersi attraverso numerosi linguaggi: film, videoclip, racconti, romanzi, poesie, saggi e fumetti. Da questa vasta produzione è nato Ligaland, un mondo che può essere associato a Graceland, la lussuosa villa neoclassica di Memphis nella quale Elvis Presley ha trascorso gli ultimi vent'anni di vita e che oggi simboleggia il suo universo. In questo libro il mondo di Ligabue viene analizzato allo scopo di capire cosa ci sia dietro il successo duraturo di un personaggio dello spettacolo. Si cerca pertanto di individuare le influenze che il cantautore ha ricevuto: dalla musica rock alla tradizione della canzone italiana, dalla cultura americana a quella emiliana, passando per Elvis Presley, Bruce Springsteen e Vasco Rossi.

Recentemente il dibattito sui consumi è divenuto fondamentale nel più ampio discorso sociale come anche per quello politico ed economico. Già molti sociologi dagli anni Settanta e Ottanta avevano messo in guardia dall'espandersi di una estetica anche in settori merceologici molto distanti da tale visione. Specialmente dagli anni Ottanta il mercato ha dovuto iniziare a confrontarsi con una nuova logica dilagante, quella dell'apparire, del bello. I consumi si trasformano in nuove bussole che orientano i consumatori stessi, non tanto e non solo nelle loro scelte di acquisto, ma li aiutano nella costruzione delle loro identità. Il volume vuole mettere in evidenza due aspetti fondamentali e in apparente contrasto. Da una parte una attuale tendenza ad un ripiegamento del fenomeno dell'iperconsumo a favore di nuove modalità, che si dispiegano all'insegna della responsabilità sociale, del concetto di etica. Dall'altro il consumo stesso diviene responsabile, critico, etico. Emergono forme di consumo alternativo che non riguardano solamente il settore dei beni alimentari. Si tratta di

modalità che mirano ad aiutare l'individuo a migliorare, quando anche, a costruire nuovi stili di vita più responsabili e sobri.

246.1

246.4

Food porn, gattini, selfie, unicorni, fenicotteri rosa, wanderlust, rich kids of instagram, design, fake news, viralità, millennials. Se si potesse tracciare una mappa per avventurarsi nei meandri dei contenuti presenti sui social network, i punti nevralgici passerebbero da qui, un insieme schizofrenico di immagini, dati, profili che distinguono, accomunano, riuniscono o separano, milioni di profili, utenti, persone. Miliardi di contenuti in quello che è un overload continuo di informazioni da fruire nel minor tempo possibile, completamente e necessariamente immersi nella dimensione del flusso. Questo volume, scritto a sei mani, vuol indagare la fitta rete dei social network, attraverso un'analisi sociologica e tassonomica delle categorie che emergono nel mondo online, dalla relazione dei social media con il tempo effimero, al concetto di innovazione, al legame con la nostalgia, dal rapporto tra brand e social, al problema dell'informazione tra realtà e finzione, al legame tra pubblici e influencer opinion leader. Originally published in 1889, this work's protagonist Andrea Sperelli introduced the Italian culture to aestheticism and a taste for decadence. The young count seeks beauty, despises the bourgeois world, and rejects the basic rules of morality and social interaction. His corruption is evident in his sadistic superimposing of two women.

Avere un canale YouTube di successo è uno degli obiettivi più ambiti della nostra epoca, ma cosa ci racconta questo fenomeno? Quali domande ci pone? E soprattutto, in che modo la conoscenza di Youtube può aiutare a ridurre la distanza tra generazioni? Partendo dalla sua esperienza di youtuber, l'autrice offre idee e strumenti utili a tutti coloro che desiderano comprendere più a fondo uno dei fenomeni più controversi dei nostri tempi, educatori e genitori compresi. Nel tentativo di non lasciar soli i giovani di fronte alle sfide comunicative del futuro proprio nel momento attuale, in cui i confini tra virtuale e reale stanno sempre più assottigliandosi.

Tecnologia - saggio (245 pagine) - I suggerimenti proposti nel libro costituiscono un invito a ribellarsi alla tirannia del click e dello smartphone, a riprendere il contatto con la realtà fattuale, lasciando perdere piattaforme, software e algoritmi per connettersi con persone reali, recuperando la capacità di dialogare e di elaborare pensiero complesso, e lasciandosi vincere dalle emozioni dello sguardo o da un evento temporale che può cambiare la vita. A tutti coloro che vivono con sofferenza la tirannia tecnologica, questo manuale offre 100 spunti di riflessione e di suggerimenti concreti. Un manuale di facile e rapida lettura, ricco di spunti e sorprese, di provocazioni, di letture ironiche e autoironiche della realtà tecnologica e digitale che caratterizza la vita di nativi e immigrati digitali. Il testo elenca 100 suggerimenti da seguire per disconnettersi dalla Rete, liberarsi dalla schiavitù delle sue mitologie, droghe e ideologie, per disintossicarsi dalla tecnologia senza doverla abbandonare, per sottrarsi al magnetismo dei display, al solipsismo dei selfie e alla tirannia dei cinguettii, per evitare le trappole dei messaggi WhatsApp, delle immagini di Instagram e dei Mi piace di Facebook. Le tecnologie digitali hanno cambiato le vite di nativi e immigrati digitali, accomunati ormai da comportamenti d'uso e abitudini che stanno modificando i loro stili di vita, modi di pensare, di relazionarsi con sé stessi e con gli altri. Lo scenario che si è affermato vede giovani e adulti passare un tempo crescente in collegamento con i loro dispositivi, catturati dalle immagini che vi scorrono e in costante all'erta per catturare in tempo reale un cinguettio, un messaggio, una novità, una fotografia o un cambio di stato. L'autore si rivolge a tutti i nuovi fedeli della religione tecnologica con un'attenzione particolare rivolta ai nativi digitali, sempre più rapiti dall'incantesimo della tecnologia e catturati dalle sue promesse mirabolanti. Il rapimento fa loro

vivere come reali i numerosi mondi virtuali che frequentano e dimenticare le altre realtà che stanno loro intorno e nelle quali continuano comunque a essere immersi. I suggerimenti proposti nel libro costituiscono un invito a ribellarsi alla tirannia del click e dello smartphone, a riprendere il contatto con la realtà fattuale, lasciando perdere piattaforme, software e algoritmi per connettersi con persone reali, conversare con loro, evitando la superficialità della comunicazione veloce e cinguettante, recuperando la capacità di dialogare e di elaborare pensiero complesso, e lasciandosi vincere dalle emozioni dello sguardo di un bambino o di un anziano, dalla fascinazione conturbante ed erotica di un corpo femminile o maschile o da un evento temporale che può cambiare la vita, il futuro e il tempo. A tutti coloro che vivono con sofferenza la tirannia tecnologica, questo manuale offre 100 spunti di riflessione e di suggerimenti concreti per ritrovare la propria libertà e riscoprire la bellezza del mondo che li circonda ma utili anche per trovare più facilmente l'anima gemella o guidare e attraversare la strada più tranquilli e sicuri. Dirigente d'azienda, filosofo e tecnologo, Carlo Mazzucchelli è il fondatore del progetto editoriale SoloTablet dedicato alle nuove tecnologie e ai loro effetti sulla vita individuale, sociale e professionale delle persone. Esperto di marketing, comunicazione e management, ha operato in ruoli manageriali e dirigenziali in aziende italiane e multinazionali. Giornalista e writer, communication manager e storyteller, autore di ebook, formatore e oratore in meeting, seminari e convegni. È esperto di Internet, social network e ambienti collaborativi in rete e di strumenti di analisi delle reti sociali, abile networker, costruttore e gestore di comunità professionali e tematiche online.

In quest'era dove si impiega qualsivoglia espediente per toccare l'altro suscitando un inevitabile syn-pathein, Augé mostra come la plurisignificatività del toucher esiga un saper toccare tanto più quando questo sfioramento riguarda il corpo dell'altro. Ciò implica essere consapevoli del fatto che in quel tocco, per un verso, riconosco che «ogni identità individuale si costruisce in relazione all'alterità». In quest'era dove si impiega qualsivoglia espediente per toccare l'altro suscitando un inevitabile syn-pathein, Augé mostra come la plurisignificatività del toucher esiga un saper toccare tanto più quando questo sfioramento riguarda il corpo dell'altro. Ciò implica essere consapevoli del fatto che in quel tocco, per un verso, riconosco che «ogni identità individuale si costruisce in relazione all'alterità», per l'altro, che in questo stesso gesto si dà una distanza tra me e chi ho di fronte. Nel nostro tempo segnato da un individualismo sempre più spiccato, non solo si tende a misconoscere la parte di umanità generica che c'è in ciascuno di noi, ma si giunge persino al paradosso di affidare l'onore della prova della propria esistenza agli altri. Come i luoghi hanno sullo sfondo i nonluoghi così l'uomo surmoderno ha sullo sfondo il modello seriale di un io tricotante, iperconnesso, disorientato, in preda alla paura e sotto lo scacco della solitudine. Di qui il venire a datità di quel corto circuito degli elementi che stanno alla base del simbolico: lo spazio e il tempo. Ma non tutto è perduto: nella stretta di mano che suggella la promessa suprema prima del naufragio il toccare si fa segno tangibile del fatto che un altro mondo è possibile.», per l'altro, che in questo stesso gesto si dà una distanza tra me e chi ho di fronte. Nel nostro tempo segnato da un individualismo sempre più spiccato, non solo si tende a misconoscere la parte di umanità generica che c'è in ciascuno di noi, ma si giunge persino al paradosso di affidare l'onore della prova della propria esistenza agli altri. Come i luoghi hanno sullo sfondo i nonluoghi così l'uomo surmoderno ha sullo sfondo il modello seriale di un io tricotante, iperconnesso, disorientato, in preda alla paura e sotto lo scacco della solitudine. Di qui il venire a datità di quel corto circuito degli elementi che stanno alla base del simbolico: lo spazio e il tempo. Ma non tutto è perduto: nella stretta di mano che suggella la promessa suprema prima del naufragio il toccare si fa segno tangibile del fatto che un altro mondo è possibile.

L'affermazione di una super élite dedita alle suggestioni dell'iperlusso, contro una moltitudine low cost che dispone di un maggior numero di scelte di consumo, ma meno qualificanti, corrisponde a un modello di società che potremmo definire neoaristocratico. Se il peso delle

relazioni produttive globali tende a divaricare i mercati tra alto e basso di gamma, occorre ripensare il ruolo della cultura affinché non si perda d'occhio il processo inverso: quello che assegna alla produzione culturale la capacità di generare innovazione e di trasformarsi in una potente risorsa per le aziende e per il mercato. Insomma, bisogna recuperare l'interesse delle aziende per la cultura della moda, intendendo con tale espressione sia la variante aulica delle fondazioni e del loro neomecenatismo, sia in senso antropologico la capacità di studiare le sottoculture giovanili e i fenomeni che, specialmente all'epoca della società in rete, generano impulsi istantanei di nuova creatività.

Il volume analizza, con gli strumenti concettuali delle scienze sociali, le diverse modalità con cui lo sport attraversa la società contemporanea e la vita quotidiana, in un'epoca contrassegnata da imponenti processi di globalizzazione, mediatizzazione e commercializzazione dei fenomeni sportivi, specie in ambito professionistico. Redatti da differenti prospettive, i saggi raccolti in questo libro sono uniti dalla consapevolezza del ruolo rilevante esercitato dallo sport su relazioni sociali, pratiche contemporanee di consumo, processi socio-economici e politici e finanche sulle relazioni internazionali. Le analisi qui proposte confermano come per le scienze sociali lo studio dello sport costituisca un'opportunità significativa per riconsiderare una serie di fenomeni imprescindibili della società contemporanea, quali la stratificazione, i conflitti e le solidarietà sociali, le identità, i consumi, i processi mediali, le relazioni politiche, la centralità degli immaginari e delle narrazioni socioculturali, l'incidenza del mercato, le trasformazioni della vita quotidiana

Quali sono i caratteri della mediterraneità che Roma esprime? In che modo si manifesta la struttura urbana del territorio romano? Quali sono le dinamiche in atto, le relazioni, le articolazioni di questa capitale euromediterranea? L'esigenza di spostare l'ottica con cui osservare le formazioni urbane contemporanee e l'opportunità di ri-descrivere la metropoli diffusa sono alcune delle premesse che presiedono a una ricerca su Roma Contemporanea intesa come possibile Città Mediterranea.

Visitare un gigantesco parco di divertimenti, addentare un hamburger, avere ai piedi delle sneakers comporta molto più che svagarsi per un giorno, mangiare del cibo, camminare comodi. Significa appartenere alla cultura del consumo, collocarsi socialmente mentre si compiono gesti comuni. Ciò che ci è venduto infatti non è tanto un prodotto o dei servizi, quanto un potente valore simbolico: la marca appunto. Il suo obiettivo va al di là delle prestazioni della merce, materiale o immateriale, perché è finalizzato a creare consumatori e a rendere stabile nel tempo il rapporto dei produttori con loro. A distanza di dieci anni dalla prima edizione, il potere della marca vede pienamente confermate le analisi che decretarono allora il successo del saggio. Con garbo e acutezza Vanni Codiluppi si addentra in quei particolari ambienti relazionali che le marche fanno nascere, emozionando e seducendo alla pari delle persone. Rassicurante come nella grande impresa di clonazione del mondo rappresentata dai parchi Disney, conviviale come nell'atmosfera familiare che McDonald's ha saputo evocare attraverso un panino alla carne e patatine surgelate, oppure competitiva come nella strategia di marketing della Nike, l'ideologia è sempre incorporata nel prodotto e ne costituisce il miglior vettore. Queste tre marche globali ne forniscono una perfetta esemplificazione.

[Copyright: 5df54e520f38fbe433bd6b188009aa6f](https://www.laterza.it/5df54e520f38fbe433bd6b188009aa6f)