

Presentazione del volume

Vanni Codeluppi

Il tramonto della realtà

Come i media stanno trasformando le nostre vite

Carocci, Roma settembre 2018 (pagg.124)

Presentazione tratta da <http://www.carocci.it/>

Se ci guardiamo intorno, in qualsiasi città del mondo, ovunque vediamo persone con la testa bassa rivolta allo schermo di uno smartphone. Tuttavia abbiamo una scarsa consapevolezza dei cambiamenti che i media possono indurre nei nostri modi di pensare e di vivere la realtà. I media contemporanei, in particolare, devono gran parte del loro successo alla capacità di confezionare un mondo più piacevole e attraente di quello reale, privo di difetti e problemi. Per quanto tempo la realtà avrà ancora un senso per noi? Avremo ancora la necessità di vivere direttamente le nostre esperienze? Il libro descrive il ruolo sempre più invasivo dei media nella società contemporanea e il processo di progressiva fusione tra media e corpo umano, per farci riflettere sulle conseguenze di tali fenomeni per la nostra vita quotidiana

Vanni Codeluppi è professore ordinario di Sociologia dei media all'Università IULM di Milano. Ha insegnato nelle Università di Urbino, Palermo e Modena e Reggio Emilia. Le sue ricerche riguardano l'analisi dei media, della cultura di massa e dei consumi. Pubblicazioni edita da Carocci: *Che cos'è la pubblicità* (2001, 2015), *Che cos'è la moda* (2003, 2010), *Manuale di sociologia dei consumi* (2005, 2016), *Dalla corte alla strada. Natura ed evoluzione sociale della moda* (2007, 2008), *La moda e la città* (2007), *Nel paese delle meraviglie. Che cosa sono i parchi di divertimento* (2009), *Persuasi e felici? Come interpretare i linguaggi della pubblicità* (2010), *Il made in Italy* (2011), *Storia della pubblicità italiana* (2013, 2018), *Moda & pubblicità. Una storia illustrata* (2016), *Il divismo. Cinema, televisione, web* (2017)

INDICE

Prologo

1. I media e il "tramonto della realtà"
2. Entrare nello spettacolo
3. Dai marziani di Orson Welles alla postverità
4. Transtelevisione: lo spettatore va in scena
5. Lo schermo e il tatto: fusione con i media
6. Verso media biologici
7. Vedersi nello schermo: fotografie liquide e selfie
8. Dominare lo spazio: il mito della realtà aumentata

9. Il tempo sospeso dei media
10. Verso l'oblio digitale
11. Vita da social
12. Un capitale sociale virtuale
13. Il potere della pubblicità sui media
14. I media-zombi: fusione con il soprannaturale

Epilogo

Opere di riferimento

