

Indice

- p. 7 Introduzione
- 11 Capitolo 1
Il senso in crisi: media, ideologie, disincanto
- 1.1. Premessa. Il tramonto delle grandi narrazioni, 11
 - 1.2. Verità in crisi: strategie e forme del falso, 15
 - 1.3. Sguardi sull'“altro”: costruzione del nemico e passioni collettive, 28
 - 1.4. Colpa virale e discorsi dell'odio, 43
 - 1.5. Umanità in crisi: intelligenza artificiale e “mondo postumano”, 57
- 73 Capitolo 2
Raccontare la crisi: stampa, pubblicità, cinema
- 2.1. Premessa. I media e la narrazione della crisi: uno sguardo sociosemiotico, 73
 - 2.2. Articoli di giornale e (ri-)costruzione della verità, 76
 - 2.3. Documentare la crisi: enunciazioni visive e fotografia giornalistica, 103
 - 2.4. La crisi raccontata dalla pubblicità, 114
 - 2.5. Crisi e scenari distopici: il caso delle narrazioni cinematografiche, 136

- p. 161 Capitolo 3
Oltre la crisi: strategie simboliche di compensazione
3.1. Premessa. Ritorni, silenzi e nuove forme dell'incanto, 161
3.2. Nostalgia del passato: memoria collettiva e costruzione culturale del conforto, 163
3.3. "Everyday aesthetics": l'estetica del quotidiano come risposta alla crisi, 180
3.4. Riscoprire il silenzio: la pubblicità e il cinema come spazi di sospensione, 199
3.5. Strategie dell'ironia, tra vecchi e nuovi media, 211
- 225 Conclusione. *Immaginare il futuro*
229 Bibliografia