Indice

Introduzione	7
Ringraziamenti	11
1. La sociologia della musica	13
1.1 Arte, musica e creatività	13
1.2 Le teorie sociologiche	19
1.3 L'industria culturale e la riproducibilità tecnica dell'opera d'arte	24
1.4 On Popular Music	28
1.5 Culture urbane e mondi dell'arte	35
1.6 La distinzione. Critica sociale del gusto	42
2. Popular music, ritmi urbani e culture di massa	53
2.1 La pop music	53
2.2 La canzone d'autore e i suoi mutamenti	59
2.3 La cultura pop, i mass media e i ritmi urbani	65
2.4 Le tecnologie del suono	71
2.5 Il ruolo sociale della radio e i processi di ri-tribalizzazione	75
2.6 Il videoclip, il walkman e la personalizzazione dell'ascolto	84
3. Cultura bit, suoni e tecnologie digitali	93
3.1 Suoni liquidi	93
3.2 La Rete, il file sharing e la crossmedialità	98

3.3 Il telefono e la convergenza mediale	104
3.4 La software culture e il pensiero connettivo	109
3.5 Suoni, connessioni e innovazioni	120
3.6 Creatività e interattività	124
4. Le culture giovanili e il ruolo sociale delle popstar	133
4.1 I giovani come categoria sociale	133
4.2 I cultural studies e le sottoculture giovanili	137
4.3 I giovani, il rap e il mutamento	141
4.4 La Bit Generation	149
4.5 Il potere simbolico della rockstar	156
Postfazione. Il tempo dell'emozione, di Luciano Ligabue	165
Bibliografia	173