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