

1. Record Nr.	UNINA990007954120403321
Autore	Marchetti, Maria Cristina
Titolo	Manuale di comunicazione, sociologia e cultura della moda / Maria Cristina Marchetti
Pubbl/distr/stampa	Roma : Meltemi, ©2004
ISBN	88-8353-361-5
Descrizione fisica	v. ; 19 cm
Collana	Meltemi. , Edu
Disciplina	391
Locazione	SE SFS
Collocazione	13210 MAR 391 MAR 1
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Bibliografia: pp. 129-136
Nota di contenuto	1.: Moda e società
Sommario/riassunto	La moda può essere un valido strumento di lettura della società, dei suoi mutamenti e delle dinamiche di interazione che gli individui stabiliscono al suo interno: d'altra parte, come affermava Nietzsche, è possibile arrivare alla profondità delle cose anche passando attraverso la loro superficialità. In effetti la moda ha sempre dovuto difendere se stessa e i suoi seguaci dall'accusa di frivolezza e superficialità che la relega tra le manifestazioni della cultura non destinate a lasciare un segno nella storia dell'umanità. Il dibattito in materia è alquanto acceso e investe le basi epistemologiche della conoscenza, divisa tra l'aspirazione alla totalità e l'attenzione alle piccole cose. Il tema della moda ha attraversato fasi alterne nella storia delle scienze sociali: all'attenzione, per certi aspetti precorritrice, della sociologia classica, ha fatto seguito un lungo silenzio, durante il quale la "pratica" della moda ha di gran lunga avuto il sopravvento sullo sviluppo di una riflessione che prendesse le distanze dal successo che l'industria della moda andava conquistando presso il pubblico e la critica. Svelandoci la natura e i meccanismi dell'"universo-moda" e mostrandoci il suo ruolo nell'evoluzione delle forme di vita collettive, questo volume vuol essere un contributo alla ripresa di tale riflessione.

