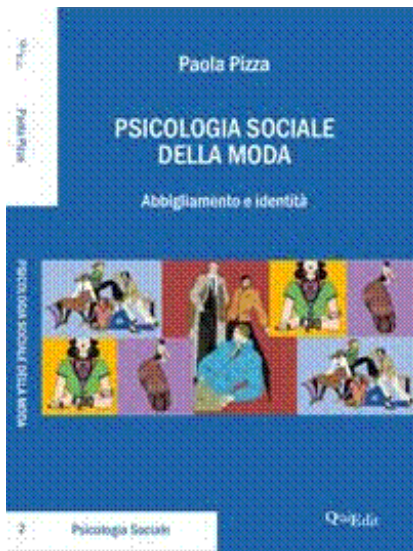


NOVITÀ EDITORIALE

Autore: Paola Pizza
Titolo: PSICOLOGIA SOCIALE DELLA MODA
Abbigliamento e identità
ISBN: 978-88-6464-045-7
Prezzo: € 14,80



L'obiettivo del libro è quello di indagare, attraverso alcuni strumenti della psicologia sociale, la moda come fenomeno sociale, e le funzioni che le varie mode rivestono nella costruzione dell'identità. Per comprendere i significati della moda si parla del gruppo al quale apparteniamo e di quello al quale ci piacerebbe appartenere, di come gli altri influenzano la conoscenza di noi stessi e di come il possesso degli oggetti contribuisca alla nostra identità. Con la moda sogniamo ad occhi aperti e costruiamo nella nostra mente le immagini che soddisfano i nostri desideri compensando le nostre angosce: gli abiti, le borse, le scarpe, le sciarpe, i gioielli ci aiutano a mediare con la realtà, a risolvere i conflitti e le paure quotidiane, a perseguire alcuni obiettivi sociali e a sentirci integrati in un gruppo. Il volume è arricchito da molti esempi tratti da film, serie televisive e letteratura contemporanea.

Autore

Paola Pizza

Paola Pizza, psicologa e consulente aziendale. Ha insegnato Psicologia Sociale nella Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Firenze. Docente di Psicologia dei consumi e di Psicologia della comunicazione di vendita al Polimoda (International Institute Fashion Design & Marketing) di Firenze.

INDICE

1. Una bussola per capire il fenomeno moda: la psicologia sociale

Premessa metodologica: la moda come fenomeno sociale

Il campo di analisi: la moda tra sogni, desideri e realtà

2. La moda come mezzo per raggiungere gli obiettivi

I tre obiettivi base della vita sociale

L'evoluzione dei bisogni dei consumatori di moda: la grande rete

3. L'abbigliamento come identità

L'identità personale e l'identità sociale

L'armadio come specchio dell'identità

Conoscere se stessi come appartenenti ad un gruppo

I luoghi della moda come identità

4. L'abbigliamento come fonte di conoscenza sociale

La costruzione della realtà: processi cognitivi e sociali

L'abbigliamento come forma di conoscenza degli altri

L'abbigliamento come forma di conoscenza di noi stessi

Forme e strutture nella conoscenza di noi e degli altri

La musica dei colori

5. La moda e l'influenza sociale

La moda e il conformismo

La valutazione della moda e il comportamento di acquisto
La reputazione in base all'abbigliamento
La moda come rappresentazione sociale
La moda come espressione di valori

6.La moda come comunicazione e relazione

La competenza comunicativa
La comunicazione non verbale: il glossario del corpo
L'abito come espressione di emozioni
L'abito come conversazione
L'abito come tazebao:l'io-pelle

7.Considerazioni conclusive

Psicologia sociale della vita quotidiana con la moda

Bibliografia

Filmografia

QuiEdit snc
Editoria per l'Università Italiana e Internazionale

P.I. e C.F.: 02861700231

email: informazioni@quiedit.it - <http://www.quiedit.it>

:: Sede di Verona ::

Via San Francesco, 5/7 - 37129 Verona (VR) Italy
Tel.: +39 045 595900 Fax: +39 045 8040494

:: Sede di Bolzano ::

Via Crispi, 9 - 39100 Bolzano (BZ) Italy
Tel.: +39 0471 975039

Questa newsletter viene inviata ai clienti di QuiEdit s.n.c. o a coloro con cui QuiEdit ha o ha avuto contatti riguardanti la propria attività. Ai sensi della Legge 196/03 sul diritto del Cittadino alla propria privacy si informa che il titolare del trattamento dei dati è QuiEdit s.n.c. Questo invio ha la finalità di informare gli interessati su novità riguardanti l'attività di QuiEdit s.n.c. I dati non saranno in nessun caso ceduti a terzi. Per non ricevere più nostre comunicazioni, è sufficiente rispondere a questa email scrivendo CANCELLA in oggetto.

This newsletter has the purpose of informing you about issues and activities of QuiEdit s.n.c. You are receiving this newsletter because you are a client or a contact with QuiEdit s.n.c.. QuiEdit s.n.c. is committed to treat data in full respect of the Italian Law on Privacy 196/03. Email addresses and personal data be will not be disclosed, sold, rented or leased to any third party. If you do not wish to receive further newsletters, please reply to this email entering REMOVE in the subject field.