

## INDICE RAGIONATO

«Comunicazioni sociali» 2017

a cura di Guido Michelone

1929

Menduni, 2, pp. 194-203.

ACCENTED CINEMA

Lento, 2, pp. 276-290.

ADVERTISING

Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.

Richeri, 2, pp. 204-214.

AFFECT

Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.

ALTERNATIVE FACTS

Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

ANTICYCLES

Colombo-Pasquali, 2, pp. 191-193.

Menduni, 2, pp. 194-203.

Richeri, 2, pp. 204-214.

Boccia Artieri, 2, pp. 215-226.

Lunghi, 2, pp. 227-238.

Marinelli, 2, pp. 239-249.

Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.

Locatelli, 2, pp. 265-275.

Lento, 2, pp. 276-290.

Binik, 2, pp. 291-304.

Ottaviano, 2, pp. 305-316.

Guerinoni, 2, pp. 317-333.

D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.

Mangone-Pece, 2, pp. 344-356.

Colombo C., 2, pp. 357-383.

APOPHATIC VIEW

Giaccardi-Jurgenson, 3, pp. 387-393.

Dotti, 3, pp. 394-404.

Stocchetti, 3, pp. 405-414.

Petrosino, 3, pp. 415-422.

Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.

Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.

Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.

Vittadini, 3, pp. 462-472.

Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

Di Raddo, 3, pp. 495-508.

APPARATUS THEORY

Mademli, 1, pp. 53-60.

ARCHETYPES

Bandirali, 1, pp. 174-188.

ART

Binik, 2, pp. 291-304.

Ottaviano, 2, pp. 305-316.

ARTS

Ottaviano, 2, pp. 305-316.

AUDIENCE

Mascio, 1, pp. 79-90.

Richeri, 2, pp. 204-214.

AUDIENCE LABOUR

Marinelli, 2, pp. 239-249.

AUDIENCE PERFORMANCE

Manzato, 1, pp. 91-96.

AUDIOVISUAL MEDIA

Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.

## AUDIOVISUAL MEDIA STUDIES

D'Aloia-Baronian-Pedroni, 1, pp. 3-12.  
 Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.  
 Spaziante, 1, pp. 27-36.  
 Caoduro, 1, pp. 37-42.  
 Pisters, 1, pp. 43-52.  
 Mademli, 1, pp. 53-60.  
 Rabbito, 1, pp. 61-68.  
 Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.  
 Mascio, 1, pp. 79-90.  
 Manzato, 1, pp. 91-96.  
 Pesce, 1, pp. 97-104.  
 Andò, 1, pp. 105-118.  
 Halliday, 1, pp. 119-128.

## AUDIOVISUALS / AUDIOVISIVI

D'Aloia-Baronian-Pedroni, 1, pp. 3-12.  
 Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.  
 Spaziante, 1, pp. 27-36.  
 Caoduro, 1, pp. 37-42.  
 Pisters, 1, pp. 43-52.  
 Mademli, 1, pp. 53-60.  
 Rabbito, 1, pp. 61-68.  
 Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.  
 Mascio, 1, pp. 79-90.  
 Manzato, 1, pp. 91-96.  
 Pesce, 1, pp. 97-104.  
 Andò, 1, pp. 105-118.  
 Halliday, 1, pp. 119-128.

## AURATIC RESISTANCE

Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.

## BRAND

Spaziante, 1, pp. 27-36.  
 Andò, 1, pp. 105-118.

## BRAND INTEGRATION

Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.

## BRANDED CONTENT AND ENTERTAINMENT

Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.

## CATARSI

Belloni, 1, pp. 151-162.

## CINEMA CENTURY

Gaines, 1, pp. 131-140.

## COMMERCIAL DISTRIBUTION

Richeri, 2, pp. 204-214.

## COMMUNICATION

Spaziante, 1, pp. 27-36.  
 Colombo-Pasquali, 2, pp. 191-193.  
 Menduni, 2, pp. 194-203.  
 Richeri, 2, pp. 204-214.  
 Boccia Artieri, 2, pp. 215.  
 Lunghi, 2, pp. 227-238.  
 Marinelli, 2, pp. 239-249.  
 Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.  
 Locatelli, 2, pp. 265-275.  
 Lento, 2, pp. 276-290.  
 Binik, 2, pp. 291-304.  
 Ottaviano, 2, pp. 305-316.  
 Guerinoni, 2, pp. 317-333.  
 D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.  
 Mangone-Pece, 2, pp. 344-356.  
 Colombo C., 2, pp. 357-383.  
 Dotti, 3, pp. 394-404.  
 Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.

## COMMUNITAS

Binik, 2, pp. 291-304.

## CORO

Belloni, 1, pp. 151-162.

## COSMETIC BRANDS

Colombo C., 2, pp. 357-383.

## COSPLAY

Pesce, 1, pp. 97-104.

## CREATIVE INDUSTRIES

Colombo-Pasquali, 2, pp. 191-193.  
 Menduni, 2, pp. 194-203.  
 Richeri, 2, pp. 204-214.  
 Boccia Artieri, 2, pp. 215.  
 Lunghi, 2, pp. 227-238.  
 Marinelli, 2, pp. 239-249.  
 Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.  
 Locatelli, 2, pp. 265-275.  
 Lento, 2, pp. 276-290.  
 Binik, 2, pp. 291-304.  
 Ottaviano, 2, pp. 305-316.  
 Guerinoni, 2, pp. 317-333.  
 D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.

Mangone-Pecec, 2, pp. 344-356.  
Colombo C., 2, pp. 357-383.

#### CREDIBILITY

Vittadini, 3, pp. 462-472.

#### CRISIS

Lunghi, 2, pp. 227-238.  
Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.

#### CRISIS IN ITALY

Colombo-Pasquali, 2, pp. 191-193.  
Menduni, 2, pp. 194-203.  
Richeri, 2, pp. 204-214.  
Boccia Artieri, 2, pp. 215.  
Lunghi, 2, pp. 227-238.  
Marinelli, 2, pp. 239-249.  
Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.  
Locatelli, 2, pp. 265-275.  
Lento, 2, pp. 276-290.  
Binik, 2, pp. 291-304.  
Ottaviano, 2, pp. 305-316.  
Guerinoni, 2, pp. 317-333.  
D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.  
Mangone-Pecec, 2, pp. 344-356.  
Colombo C., 2, pp. 357-383.

#### CULTURAL CONSUMPTION

Garofalo, 1, pp. 163-173.

#### CULTURAL MEMORY

Garofalo, 1, pp. 163-173.

#### CULTURE OF CONNECTIVITY

Boccia Artieri, 2, pp. 215.

#### CYCLES

Colombo-Pasquali, 2, pp. 191-193.  
Menduni, 2, pp. 194-203.  
Richeri, 2, pp. 204-214.  
Boccia Artieri, 2, pp. 215.  
Lunghi, 2, pp. 227-238.  
Marinelli, 2, pp. 239-249.  
Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.  
Locatelli, 2, pp. 265-275.  
Lento, 2, pp. 276-290.  
Binik, 2, pp. 291-304.  
Ottaviano, 2, pp. 305-316.  
Guerinoni, 2, pp. 317-333.

D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.  
Mangone-Pecec, 2, pp. 344-356.  
Colombo C., 2, pp. 357-383.

#### 'DEATH OF CINEMA'

Gaines, 1, pp. 131-140.

#### DÉPENSE

Rabbito, 1, pp. 61-68.

#### DIALECTICAL IMAGE

Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.

#### DIGITAL

Petrosino, 3, pp. 415-422.

#### DIGITAL AGE

Giaccardi-Jurgenson, 3, pp. 387-393.  
Dotti, 3, pp. 394-404.  
Stocchetti, 3, pp. 405-414.  
Petrosino, 3, pp. 415-422.  
Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.  
Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.  
Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.  
Vittadini, 3, pp. 462-472.  
Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.  
Allard-Huver, 3, pp. 483-494.  
Di Raddo, 3, pp. 495-508.

#### DIGITAL ART

Di Raddo, 3, pp. 495-508.

#### DIGITAL COMMUNICATION

Di Raddo, 3, pp. 495-508.

#### DIGITAL FABRICATION

Lunghi, 2, pp. 227-238.

#### DIGITAL MEDIA

Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.  
Vittadini, 3, pp. 462-472.

#### DIGITAL TURN

Gaines, 1, pp. 131-140.

#### DISCURSIVE CONSTRUCTION OF STYLE

Manzato, 1, pp. 91-96.

- DISINFORMATION/MISINFORMATION  
Dotti, 3, pp. 394-404.
- DOCUMENTARY  
Guerinoni, 2, pp. 317-333.
- DRAMMA  
Belloni, 1, pp. 151-162.
- ECONOMIC CRISIS  
Menduni, 2, pp. 194-203.
- EDUCATION  
D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.
- EMOTIONS  
Locatelli, 2, pp. 265-275.
- ENTERTAINMENT  
Menduni, 2, pp. 194-203.
- ENVIRONMENT  
Dotti, 3, pp. 394-404.
- EPISTEMOLOGY  
Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.
- EXCESS  
Rabbito, 1, pp. 61-68.
- EXPERIENCE  
Petrosino, 3, pp. 415-422.
- FACTUAL ENTERTAINMENT  
Manzato, 1, pp. 91-96.
- FAKE NEWS  
Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.  
Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.  
Allard-Huver, 3, pp. 483-494.
- FAN  
Andò, 1, pp. 105-118.
- FAR-RIGHT  
Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.
- FASHION / MODA  
D'Aloia-Baronian-Pedroni, 1, pp. 3-12.
- Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.  
Spaziante, 1, pp. 27-36.  
Caoduro, 1, pp. 37-42.  
Pisters, 1, pp. 43-52.  
Mademli, 1, pp. 53-60.  
Rabbito, 1, pp. 61-68.  
Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.  
Mascio, 1, pp. 79-90.  
Manzato, 1, pp. 91-96.  
Pesce, 1, pp. 97-104.  
Andò, 1, pp. 105-118.  
Halliday, 1, pp. 119-128.
- FASHION AUDIOVISUALS  
Spaziante, 1, pp. 27-36.
- FASHION BRANDS  
Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.
- FASHION BRANDING  
Pesce, 1, pp. 97-104.
- FASHION FILM  
Spaziante, 1, pp. 27-36.  
Caoduro, 1, pp. 37-42.
- FASHION SHOW  
Halliday, 1, pp. 119-128.
- FASHION SYSTEM  
Rabbito, 1, pp. 61-68.
- FASHION'S MARKETING  
Pesce, 1, pp. 97-104.
- FILM EXPERIENCE  
Locatelli, 2, pp. 265-275.
- FILMOLOGY  
Locatelli, 2, pp. 265-275.
- GANG  
Conti, 1, pp. 141-150.
- GENDER-BASED VIOLENCE  
D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.
- GENDER STUDIES  
Bandirali, 1, pp. 174-188.

## GENERATIVITY

Ottaviano, 2, pp. 305-316.

## GREEK FILMMAKING

Mademli, 1, pp. 53-60.

## HAUL

Andò, 1, pp. 105-118.

## HEIMAT

Lento, 2, pp. 276-290.

## HEROINE'S JOURNEY

Bandirali, 1, pp. 174-188.

## HISTORICAL TIME

Gaines, 1, pp. 131-140.

## HISTORY

Gaines, 1, pp. 131-140.

## HOME

Lento, 2, pp. 276-290.

## HYBRID MEDIA

Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.

## information

Dotti, 3, pp. 394-404

## INNOVATION

Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262

## INTERMEDIATION

Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.

## INTERNET STUDIES

Boccia Artieri, 2, pp. 215.

## INTERSTITIAL

Caoduro, 1, pp. 37-42.

## ITALIAN DIASPORA

Lento, 2, pp. 276-290.

## ITALIAN MEDIA

Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.

## ITALIAN TELEVISION

Garofalo, 1, pp. 163-173.

## JIHAD

Conti, 1, pp. 141-150.

## JOURNALISM

Dotti, 3, pp. 394-404.

Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.

## JOURNALISM STUDIES

Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.

## KINETOGRAPH

Gaines, 1, pp. 131-140.

## KINETOSCOPE

Gaines, 1, pp. 131-140.

## KNOWLEDGE CONSTITUTING INTEREST

Stocchetti, 3, pp. 405-414.

## LANGUAGE

Spaziante, 1, pp. 27-36.

## LIMINAL

Binik, 2, pp. 291-304.

## LIMINOID

Binik, 2, pp. 291-304.

## LINGUISTIC ANALYSIS

Colombo C., 2, pp. 357-383.

## LIVE STREAMING

Halliday, 1, pp. 119-128.

## LUXURY

Caoduro, 1, pp. 37-42.

Halliday, 1, pp. 119-128.

## MACRONLEAKS

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

*MAKING A MURDERER*

Binik, 2, pp. 291-304.

## MANGLE OF PRACTICE

Mademli, 1, pp. 53-60.

## MASS MEDIA

D'Aloia-Baronian-Pedroni, 1, pp. 3-12.

Scaglioni-Suma, 1, pp. 13-26.  
 Spaziente, 1, pp. 27-36.  
 Caoduro, 1, pp. 37-42.  
 Pisters, 1, pp. 43-52.  
 Mademli, 1, pp. 53-60.  
 Rabbito, 1, pp. 61-68.  
 Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.  
 Mascio, 1, pp. 79-90.  
 Manzato, 1, pp. 91-96.  
 Pesce, 1, pp. 97-104.  
 Andò, 1, pp. 105-118.  
 Halliday, 1, pp. 119-128.

#### MATERIALITY

Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.

#### MEANING

Petrosino, 3, pp. 415-422.

#### MEDIA

Pisters, 1, pp. 43-52.  
 Colombo-Pasquali, 2, pp. 191-193.  
 Menduni, 2, pp. 194-203.  
 Richeri, 2, pp. 204-214.  
 Boccia Artieri, 2, pp. 215.  
 Lunghi, 2, pp. 227-238.  
 Marinelli, 2, pp. 239-249.  
 Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.  
 Locatelli, 2, pp. 265-275.  
 Lento, 2, pp. 276-290.  
 Binik, 2, pp. 291-304.  
 Ottaviano, 2, pp. 305-316.  
 Guerinoni, 2, pp. 317-333.  
 D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.  
 Mangone-Pece, 2, pp. 344-356.  
 Colombo C., 2, pp. 357-383.  
 Di Raddo, 3, pp. 495-508.

#### MEDIA CONVERGENCE

Mascio, 1, pp. 79-90.

#### MEDIA HISTORY

Boccia Artieri, 2, pp. 215.

#### MEDIA PLATFORM

Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.

#### MEDIA STUDIES

Dotti, 3, pp. 394-404.

#### MEDIATIZATION

Halliday, 1, pp. 119-128.  
 Boccia Artieri, 2, pp. 215.

#### *MEIN KAMPF*

Guerinoni, 2, pp. 317-333.

#### MELOS

Belloni, 1, pp. 151-162.

#### METALLURGY

Pisters, 1, pp. 43-52.

#### MORAL PANIC

Mangone-Pece, 2, pp. 344-356.

#### NARRATIVE THEORY

Bandirali, 1, pp. 174-188.

#### NARRATIVES

Mascio, 1, pp. 79-90.

#### NEOLIBERALISM

Stocchetti, 3, pp. 405-414.

#### NETWORKED PUBLICS

Boccia Artieri, 2, pp. 215.

#### NEUROSCIENCE AND FILM

Locatelli, 2, pp. 265-275.

#### NEWSMAKING

Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.

#### ONLINE SPACES

Mascio, 1, pp. 79-90.

#### OPERA

Belloni, 1, pp. 151-162.

#### PARRHESIA

Stocchetti, 3, pp. 405-414.

#### PARTICIPATION

D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.  
 Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.

#### PERFORMANCE / PERFORMATIVITY

Mademli, 1, pp. 53-60.

Guerinoni, 2, pp. 317-333.

PERFORMATIVE ROLE OF TELEVISION

Manzato, 1, pp. 91-96.

PERVERSION

Rabbito, 1, pp. 61-68.

PLATFORM CAPITALISM

Marinelli, 2, pp. 239-249.

POLITICAL COMMUNICATION

Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.

POLITICS

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

Di Raddo, 3, pp. 495-508.

POPULAR CULTURE

Garofalo, 1, pp. 163-173.

POSTFEMINISM

Caoduro, 1, pp. 37-42.

POSTMODERN PHILOSOPHY

Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.

POST-TRUTH

Dotti, 3, pp. 394-404.

Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.

Vittadini, 3, pp. 462-472.

Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.

PROSUMER CAPITALISM

Marinelli, 2, pp. 239-249.

PSEUDO-ENVIRONMENT

Dotti, 3, pp. 394-404.

PUBLIC ART

Di Raddo, 3, pp. 495-508.

PUBLIC SERVICE BROADCASTING

Richeri, 2, pp. 204-214.

QUALITATIVE RESEARCH

Ottaviano, 2, pp. 305-316.

REGIME OF TRUTH

Dotti, 3, pp. 394-404.

RIMINI PROTOKOLL

Guerinoni, 2, pp. 317-333.

SEMIOLOGY

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

SHAREABILITY

Vittadini, 3, pp. 462-472.

SHARING ECONOMY

Lunghi, 2, pp. 227-238.

SIGNIFIERS

Petrosino, 3, pp. 415-422.

sns algorithms

Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.

SOCIAL CHANGE

Binik, 2, pp. 291-304.

SOCIAL MEDIA

D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.

Vittadini, 3, pp. 462-472.

SOCIAL NETWORKS

Menduni, 2, pp. 194-203.

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

SOCIETY

Colombo-Pasquali, 2, pp. 191-193.

Menduni, 2, pp. 194-203.

Richeri, 2, pp. 204-214.

Boccia Artieri, 2, pp. 215.

Lunghi, 2, pp. 227-238.

Marinelli, 2, pp. 239-249.

Colombo-Pasquali, 2, pp. 250-262.

Locatelli, 2, pp. 265-275.

Lento, 2, pp. 276-290.

Binik, 2, pp. 291-304.

Ottaviano, 2, pp. 305-316.

Guerinoni, 2, pp. 317-333.

D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.

Mangone-Pece, 2, pp. 344-356.

Colombo C., 2, pp. 357-383.

## SOCIOLOGICAL THEORY

Conti, 1, pp. 141-150.

## SPACE AGE

Pisters, 1, pp. 43-52.

## SUBCULTURE

Conti, 1, pp. 141-150.

## SUBJECT

Petrosino, 3, pp. 415-422.

## SUPERHEROES

Pesce, 1, pp. 97-104.

## SUPERMAN-COSTUME

Pesce, 1, pp. 97-104.

## SWISS CINEMA

Lento, 2, pp. 276-290.

## TACTILITY

Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.

## TEATRO / THEATRE

Belloni, 1, pp. 151-162.

Guerinoni, 2, pp. 317-333.

## TELEVISION AUDIENCES

Garofalo, 1, pp. 163-173.

## TELEVISION COMMERCIAL CONTENT

Richeri, 2, pp. 204-214.

## TERROR

Mangone-Pece, 2, pp. 344-356.

## TERRORISM

Conti, 1, pp. 141-150

Mangone-Pece, 2, pp. 344-356.

## TEXT

Spaziante, 1, pp. 27-36.

## THEORY

Gaines, 1, pp. 131-140.

## THEORY OF HISTORY

Gaines, 1, pp. 131-140.

## TRANSITORINESS

Rabbito, 1, pp. 61-68.

## TRUE CRIME

Binik, 2, pp. 291-304.

## TRUTH

Giaccardi-Jurgenson, 3, pp. 387-393.

Dotti, 3, pp. 394-404.

Stocchetti, 3, pp. 405-414.

Petrosino, 3, pp. 415-422.

Maddalena-Gili, 3, pp. 423-435.

Iannelli-Splendore, 3, pp. 436-447.

Colombo-Murru-Tosoni, 3, pp. 448-461.

Vittadini, 3, pp. 462-472.

Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

Di Raddo, 3, pp. 495-508.

## TV SERIES

Mascio, 1, pp. 79-90.

Bandirali, 1, pp. 174-188.

## USER GENERATED CONTENT

Marinelli, 2, pp. 239-249.

## VERIDICTION

Zuurbier-Fleet, 3, pp. 473-482.

## VERIDICTORY SQUARE

Allard-Huver, 3, pp. 483-494.

## VIDEO

Spaziante, 1, pp. 27-36.

## VLOGGING

Andò, 1, pp. 105-118.

## VULNERABILITY

Ottaviano, 2, pp. 305-316.

## WEARABLE TECHNOLOGY

Lunghi, 2, pp. 227-238.

## WEB ADVERTISING LANGUAGE

Colombo C., 2, pp. 357-383.

## WOMEN

D'Ambrosi-Polci, 2, pp. 334-343.



## YOUTH

Conti, 1, pp. 141-150.

## YOUTUBE

Andò, 1, pp. 105-118.

## YOUTUBE CONTENT CREATORS

Marinelli, 2, pp. 239-249.

## ALMODÓVAR PEDRO

Rabbito, 1, pp. 61-68.

## ANTONIONI MICHELANGELO

Rabbito, 1, pp. 61-68.

## BELLINI VINCENZO

Belloni, 1, pp. 151-162.

## CALLAS MARIA

Belloni, 1, pp. 151-162.

## CARAX LEO

Rabbito, 1, pp. 61-68.

## EURIPIDE

Belloni, 1, pp. 151-162.

## FORD TOM

Halliday, 1, pp. 119-128.

## FOUCAULT MICHEL

Dotti, 3, pp. 394-404.

## HABERMAS JÜRGEN

Stocchetti, 3, pp. 405-414.

## HITLER ADOLF

Guerinoni, 2, pp. 317-333.

## LACAN JACQUES

Petrosino, 3, pp. 415-422.

## LIPPMANN WALTER

Dotti, 3, pp. 394-404.

## MCQUEEN ALEXANDER

Pisters, 1, pp. 43-52.

## MICHOTTE ALBERT

Locatelli, 2, pp. 265-275.

## MITRY JEAN

Locatelli, 2, pp. 265-275.

## PRADA

Caoduro, 1, pp. 37-42.

## RABANNE PACO

Pisters, 1, pp. 43-52.

## SIMMEL GEORG

Petrosino, 3, pp. 415-422.

## TSANGARI ATHINA RACHEL

Mademli, 1, pp. 53-60.

## VAN HERPEN IRIS

Pisters, 1, pp. 43-52.

## WENDERS WIM

Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.

## YAMAMOTO YOHJI

Kipöz-Zor, 1, pp. 69-78.