

Introduzione p. 7

PARTE PRIMA: IL FENOMENO

I. I leader, i follower, la mente e le storie 11

1. Il leader e i seguaci. – 2. Le storie e l'azione collettiva. – 3. Catturati dalle storie. – 4. L'identità attraverso le storie: la psicologia cognitiva. – 5. Le neuroscienze, le emozioni e le storie.

II. I leader, la personalizzazione e la celebrità 47

1. Presidenzializzazione e personalizzazione della politica. – 2. Media e politica. – 3. La politica raccontata e lo storytelling dei leader nella società mediatizzata.

PARTE SECONDA: I CASI

III. Gli anni Ottanta 83

1. Ronald Reagan: the Great Communicator. – 2. Margaret Thatcher: la convinzione. – 3. François Mitterrand: il monarca. – 4. Helmut Kohl: il cancelliere della riunificazione.

IV. Tra gli anni Novanta e il nuovo millennio 133

1. Bill Clinton: the new democrat. – 2. Tony Blair: il fascino e la convinzione. – 3. Gerhard Schröder: il cancelliere mediatico. – 4. Silvio Berlusconi: l'inossidabile

1. Barack Hussein Obama: la speranza. – 2. David Cameron: giocare con il fuoco. – 3. Nicolas Sarkozy: l'iperpresidente. – 4. Angela Merkel: la kanzlerin venuta dall'Est. – 5. Matteo Renzi: l'eroe della fiaba.

Conclusioni. La leadership tra visione, fiction e democrazia

255

1. Lo storytelling mediatizzato. – 2. Dagli anni Ottanta ad oggi, tra visione e messa in scena. – 3. Dove siamo finiti: Trump, la Brexit, Macron e Salvini. E la democrazia?

Riferimenti bibliografici

285