

INDICE

xI	Ringraziamenti
xvII	Apertura
1	1. Il potere nella società in rete
1	<i>Che cos'è il potere?</i>
9	<i>Stato e potere nell'era globale</i>
13	<i>Reti</i>
19	<i>La società in rete globale</i>
38	<i>Lo stato a rete</i>
42	<i>Il potere nelle reti</i>
49	<i>Potere e contropotere nella società in rete</i>
52	<i>Conclusioni: capire le relazioni di potere nella società in rete globale</i>
59	2. La comunicazione nell'età digitale
59	<i>Una rivoluzione nella comunicazione?</i>
64	<i>La convergenza tecnologica e il nuovo sistema multimediale: dalla comunicazione di massa all'autocomunicazione di massa</i>
81	<i>Organizzazione e management della comunicazione: le reti aziendali multimediali globali</i>
119	<i>La politica delle politiche di regolamentazione</i>
141	<i>Il mutamento culturale nel mondo globalizzato</i>

155		<i>L'audience creativa</i>
165		<i>La comunicazione nell'età digitale globale</i>
169	3.	Le reti della mente e il potere
169		<i>I mulini a vento della mente</i>
180		<i>Emozione, cognizione e politica</i>
186		<i>Emozione e cognizione nelle campagne politiche</i>
189		<i>Politica e credenze</i>
193		<i>Il framing della mente</i>
205		<i>Conquistare le menti, conquistare l'Iraq, conquistare Washington: dalla disinformazione alla mistificazione</i>
236		<i>Il potere del frame</i>
241	4.	Intervenire sulle reti di comunicazione: politica mediatica, politica dello scandalo e crisi della democrazia
241		<i>Il potere dell'immagine</i>
245		<i>Omicidi semantici: la politica mediatica all'opera</i>
249		<i>Monitorare l'accesso alle democrazie</i>
255		<i>The message is the medium: politica mediatica e politica dell'informazione</i>
257		<i>Progettare il messaggio: i think tank politici</i>
263		<i>Mirare il messaggio: il profiling della cittadinanza</i>
271		<i>La pista del denaro</i>
281		<i>La manipolazione delle notizie</i>
286		<i>Il momento della falsità: le campagne elettorali</i>
290		<i>Le campagne in un ambiente digitale multimediale</i>
303		<i>La politica dello scandalo</i>
311		<i>La politica scandalistica nell'ambiente di comunicazione digitale</i>
313		<i>La politica scandalistica e le trasformazioni della politica</i>
314		<i>Politica scandalistica e politica mediatica</i>
315		<i>L'impatto politico della politica dello scandalo</i>

321	<i>Colpire il tallone d'Achille: la politica scandalistica nella Spagna socialista</i>
333	<i>Lo stato e la politica mediatica: propaganda e controllo</i>
334	<i>Propaganda governativa nella Terra della Libertà: i militari «embedded» nei media</i>
338	<i>Russia: censura te stesso</i>
350	<i>Cina: dominare il drago dei media, cavalcare la tigre di Internet</i>
362	<i>La scomparsa della fiducia pubblica e la crisi di legittimazione politica</i>
375	<i>Crisi della democrazia?</i>
379	5. Riprogrammare le reti di comunicazione: movimenti sociali, politica insorgente e nuovo spazio pubblico
384	<i>Scaldarsi per il riscaldamento globale: il movimento ecologista e la nuova cultura della natura</i>
431	<i>La rete è il messaggio: i movimenti globali contro la globalizzazione delle grandi corporation</i>
441	<i>La resistenza cellulare: comunicazione wireless e le comunità insorgenti di prassi</i>
463	<i>«Yes, We Can!» La campagna di Obama per le primarie presidenziali del 2008</i>
526	<i>Riprogrammare le reti, ristrutturare le menti, cambiare il mondo</i>
531	Conclusione: verso una teoria comunicazionale del potere
551	Appendice
601	Bibliografia
659	Indice dei nomi