

Indice

Introduzione	IX
Ringraziamenti	XIII
1. Studiare i media e la società digitale in prospettiva storica	3
1.1. Contestualizzare, definire e decostruire il «digitale»	3
1.2. Digitale e modelli di società: una breve storia	7
1.3. Perché una prospettiva storica?	13
Nuovismo, p. 16 - Rivoluzionismo o immobilismo?, p. 19 - Errore teleologico, p. 22	
2. Il computer	24
2.1. L'origine di tutti i dispositivi digitali	24
2.2. I computer meccanici e il bisogno sociale di calcolare	27
2.3. La nascita dei computer digitali e i <i>mainframes</i>	31
2.4. Tra i <i>mainframes</i> e i PC: il computer «da tavolo», il <i>time-sharing</i> e i microprocessori	36
2.5. Il personal computer	40
L'invenzione, p. 40 - Una nuova visione culturale, p. 43 - Il PC diventa un oggetto di consumo, p. 46 - La maturità: internet, laptop e Linux, p. 52	
2.6. Verso una società di computer onnipresenti	57
3. Internet	64
3.1. Cosa intendiamo quando parliamo di internet	64

3.2. L'influenza militare	69
3.3. L'influenza accademico-scientifica	73
3.4. L'influenza contro culturale	78
3.5. L'influenza di «servizio pubblico»	84
3.6. L'influenza commerciale	92
3.7. L'influenza sociale	96
Il web 2.0 e la retorica della partecipazione, p. 97 - Dalla libertà al controllo sociale, p. 99 - La rete diventa mondiale e si profila una «guerra» tra Stati Uniti e Cina per il suo controllo, p. 103	
3.8. E la prossima influenza formativa?	107
3.9. Conclusione: uno sguardo storico alla rete	108
4. Il telefono mobile	111
4.1. Telefonia mobile, mobilità e società contemporanee	111
4.2. Prima nascita: telefonia fissa, telegrafia senza fili e altri servizi di comunicazione mobile	115
4.3. Seconda nascita: il ritardo americano, la frammentazione europea (con un'eccezione)	120
4.4. Primo boom: GSM, digitalizzazione ed esplosione della telefonia mobile	123
4.5. Non solo per telefonare: breve storia degli SMS	127
4.6. Secondo boom: internet mobile e smartphone come nuovi paradigmi	130
4.7. La globalizzazione: un telefono per ogni abitante della Terra	137
4.8. Quale sarà la prossima fase?	143
5. La digitalizzazione dei media analogici	147
5.1. Due logiche di fondo: l'intermedialità e la dialettica tra trasformazione/continuità	147
5.2. La musica: compact disc, MP3 e streaming on line	150
5.3. La stampa: libri e giornalismo tra carta e digitale	160
5.4. Il cinema e il video: Pixar, Netflix e i nuovi consumi digitali	170
5.5. La fotografia: fotoritocco, <i>cameraphone</i> e social media	178
5.6. La televisione: digitalizzazione del segnale, smart TV e contenuti on line	185
5.7. La radio: il «fallimento» del DAB, lo streaming e i podcast	194
5.8. Un quadro d'insieme: alcune macro tendenze della digitalizzazione	199
6. La digitalizzazione come mitologia contemporanea	203
6.1. I «miti» della digitalizzazione come «egemonia culturale»	203

6.2. Primo mito: la digitalizzazione come una forza irresistibile	207
6.3. Secondo mito: la digitalizzazione come una livella globale	209
6.4. Terzo mito: la digitalizzazione come una forza rivoluzionaria	211
6.5. Il futuro della storia dei media digitali: nuove strade e alcune questioni aperte	213
Bibliografia	217
Appendice di dati	239
Indice dei nomi	245