

Obsah

Předmluva 9

Úvod 12

I—Konvergence médií jako součást tekuté modernity 17

1.1 Konvergence – definiční nejistota 22

1.2 Konvergence a digitální média 28

1.3 Konvergence jako součást mediamorfózy 31

1.4 Shrnutí 36

II—Vybrané aspekty technologické konvergence médií v ČR 39

2.1 Proměny mediální vybavenosti domácností v ČR 47

2.2 Dětské pokojíčky = multimediální pokojíčky 61

2.3 Shrnutí 66

III—Vybrané aspekty uživatelské konvergence médií v ČR 69

3.1 Vítejte v éře masového nástupu produživatelů 73

3.2 Rozptýlení a pohlcení 81

3.3 Mediální multitasking – neefektivně ve jménu efektivity 91

3.4 Shrnutí 99

IV—Vybrané aspekty korporátní a socio-funkcionální konvergence médií v ČR 103

4.1 Kdo není „multi-“, jako by nebyl 106

4.2 Nové odstíny veřejné služby 109

4.3 Na cestě k mediálně-telekomunikačním konglomerátům 116

4.4 Shrnutí 148

V—Vybrané aspekty prostorové konvergence médií v ČR 151

5.1 Globální dobyvatelé lokálních pozic 155

5.2 Lokální dobyvatelé globálních iluzí 161

5.3 Shrnutí 163

VI—Vybrané aspekty regulační konvergence médií v ČR	151
6.1 Od vertikálního k horizontálnímu regulačnímu řádu	155
6.2 (Ne)integrované regulační orgány	161
6.3 Shrnutí	163
 Závěr	165
Seznam použité literatury	171
Seznam použitých pramenů	176
Seznam použitých zkratk	179
Seznam grafů	181
Seznam tabulek a obrázků	182
Abstract	183
Poděkování	184
Rejstřík	185