

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 produčivatelů 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