

Spis treści

OD AUTORÓW	9
----------------------	---

Michał Goliński

1. ŁĄCZNOŚĆ BEZPRZEWODOWA – WYBRANE ASPEKTY EKONOMICZNE	13
1.1. Techniki informacyjne i proces ich konwergencji jako przyczyna zmiany .	13
1.2. Komunikacja bezprzewodowa	18
1.3. Telefonía komórkowa	20
1.4. Rynek telefonii komórkowej	25
1.5. Fenomen GSM	29
1.6. Gospodarcze znaczenie branży telefonii komórkowej	31
1.7. Problematyka regulacji	36
1.8. Kierunki rozwoju telefonii komórkowej	40
1.9. Podsumowanie	52
Bibliografia	53

Krystyna Polańska

2. ZARYS SPOŁECZNO-GOSPODARCZYCH SKUTKÓW KOMUNIKACJI MOBILNEJ	57
2.1. Komunikacja mobilna	57
2.2. Atomizacja biur	62
2.3. Moc sprawcza SMS-a	65
2.4. Kultura remiksu w wydaniu mobilnym	67
2.5. Dobrowolny m-identyfikator (lokalizacja, uwierzytelnienie)	70
2.6. Paradoks statycznej mobilności	73
2.7. Zjawisko m-wykluczenia	75
2.8. Podsumowanie	76
Bibliografia	79

Andrzej Sobczak

3. M-GOVERNMENT JAKO NOWY KANAŁ ŚWIADCZENIA USŁUG PUBLICZNYCH – SZKIC	83
3.1. Mobilna administracja	83
3.2. Od e-administracji do m-administracji	84
3.3. Przegląd przedsięwzięć z zakresu m-administracji	87
3.3.1. Inicjatywy indywidualne	87
3.3.2. Projekt USE-ME.GOV	90
3.3.3. Projekt SAFIR	91

3.3.4. Projekt EU-DOMAIN	92
3.3.5. Projekt VISUAL ADMIN	93
3.3.6. Projekt PANDORA	93
3.3.7. Projekt Multigov	94
3.3.8. Projekt m-Tartu	94
3.4. Od m-usługi publicznej do koncepcji wielokanałowego dostarczania usług publicznych	95
3.5. Podsumowanie	99
Bibliografia	101

Aleksander Z. Wassilew

4. TECHNOLOGIE KOMUNIKACJI MOBILNEJ – IMPLIKACJE SPOŁECZNO-KULTUROWE	103
4.1. Przepływy i mobilności w sieci globalnej	103
4.1.1. Internet	105
4.1.2. Złożoność globalna	108
4.2. Globalizacja	109
4.3. Czasoprzestrzeń i wirtualizacja pracy	112
4.3.1. Organizacje wirtualne i telepraca	115
4.4. Relacje międzyludzkie	116
4.4.1. Wspólnoty wyobrażone	118
4.4.2. Tożsamości	119
4.5. Filtry i interfejsy	121
4.6. Podsumowanie	122
Bibliografia	123

Andrzej Żurawski

5. DIAGNOZA STANU I PERSPEKTYWY ROZWOJU URZĄDZEŃ, PRODUKTÓW ORAZ USŁUG MOBILNYCH	127
5.1. Rozwój rynku mobilnego	127
5.1.1. Techniczne możliwości urządzeń przenośnych	129
5.1.2. Technologie komunikacyjne	129
5.1.3. Technologie pozycjonowania	131
5.1.4. Technologie identyfikacyjne	131
5.2. Mapa obszarów rozwoju m-produktów i m-usług	132
5.3. Mobilna rozrywka i informacje (<i>Mobile Infotainment</i>)	134
5.3.1. Przykład serwisu informacyjnego	135
5.4. Komunikacja mobilna (<i>Mobile Communication</i>)	136
5.4.1. Przykład mobilnego serwisu społecznościowego	137
5.5. Mobilny handel (<i>Mobile Commerce</i>)	138
5.6. Mobilne płatności	140
5.6.1. Przykład serwisu <i>m-commerce</i>	141

5.7. Mobilny marketing (<i>Mobile Marketing</i>)	143
5.8. Podsumowanie	144
Bibliografia	145
<i>Krystyna Polańska</i>	
ZAKOŃCZENIE	147