

WSTĘP. 9

ROZDZIAŁ I

SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA.. 11

1.1. Pojęcie i cechy społeczności lokalnej 11

1.2. Społeczność lokalna a wspólnota lokalna. 15

1.3. Struktura społeczności lokalnej 17

1.4. Warunki rozwoju społeczności lokalnej 24

ROZDZIAŁ II

KOMUNIKOWANIE LOKALNE. 26

2.1. Komunikowanie, znak i znakowanie rzeczywistości 26

2.2. Definicje komunikowania lokalnego. 29

2.3. Cechy, rodzaje, sposoby i bariery komunikowania lokalnego. 36

2.4. System komunikowania lokalnego. 41

2.6. Funkcje komunikowania lokalnego. 53

ROZDZIAŁ III

DEFINIOWANIE MEDIÓW LOKALNYCH I UWARUNKOWANIA ICH
DZIAŁALNOŚCI 57

3.1. Pojęcie mediów lokalnych. 57

3.2. Media lokalne jako podsystem mediów.. 61

3.3. Otoczenie systemu mediów lokalnych. 77

3.4. Kontrola i regulacja mediów lokalnych. 82

3.5. Ogólne uwarunkowania rozwoju mediów lokalnych. 84

3.6. Media lokalne w okresie przełomu ustrojowego 1989/1990. 85

ROZDZIAŁ IV

MISJA MEDIÓW LOKALNYCH.. 96

- 4.1. Misja i rynek – wpływ na media lokalne. 96
- 4.2. Definiowanie misji mediów lokalnych. 100
- 4.3. Misja mediów lokalnych publicznych. 103
- 4.4. Misja mediów lokalnych w perspektywie funkcjonalnej 107
- 4.5. Misja mediów lokalnych w perspektywie ich obowiązków i zadań. 108
- 4.6. Misja mediów lokalnych w perspektywie rynkowej 110
- 4.7. Misja mediów lokalnych w perspektywie polityki informacyjnej 112
- 4.8. Kontrola realizacji misji mediów lokalnych. 114

ROZDZIAŁ V

OBSZARY BADANIA WSPÓŁCZESNYCH MEDIÓW LOKALNYCH.. 117

- 5.1. Badania mediów lokalnych w latach 1990-2010. 117

ROZDZIAŁ VI

REGION I REGIONALIZM W REFLEKSJI MEDIOZNAWCZEJ. 171

- 6.1. Pojęcie regionu. 171
- 6.2. Pojęcie regionalizmu. 193
- 6.3. Regionalizm wielkopolski 247

SPIS RYSUNKÓW... 272

WYKAZ ŹRÓDEŁ I LITERATURY. 274