

Wstęp	9
ROZDZIAŁ I SYSTEM MEDIÓW LOKALNYCH	11-27
1.1. Definiowanie mediów lokalnych	11
1.2. Media lokalne jako podsystem mediów	13
1.3. Otoczenie systemu mediów lokalnych	24
ROZDZIAŁ II TYPOLOGIA MEDIÓW LOKALNYCH	28-38
2.1. Pojęcie typologii	21
2.2. Ogólna typologia mediów lokalnych	30
2.2.1. Typy mediów lokalnych	31
2.2.1.1. Ze względu na sposób utrwalenia informacji	31
2.2.1.2. Ze względu na zasięg rozpowszechniania	31
2.2.1.3. Ze względu na częstotliwość ukazywania się	31
2.2.1.4. Ze względu na typ własności	32
2.2.1.5. Ze względu na nastawienie wobec rynku	32
2.2.1.6. Ze względu na wynik ekonomiczny	33
2.2.1.7. Ze względu na tematykę	33
2.2.1.8. Ze względu na postawę wobec rzeczywistości	33
2.2.1.9. Ze względu na sposób redagowania i kształtowania treści	34
2.2.1.10. Ze względu na sposób ujęcia tematyki	35
2.2.1.11. Ze względu na status polityczno-ideologiczny	35
2.2.1.12. Ze względu na poziom intelektualny	36
2.2.1.13. Ze względu na cenę	36
2.2.1.14. Ze względu na dostępność	36
2.2.1.15. Ze względu na sposób działania	37
2.2.1.16. Ze względu na formę informacji	37
2.2.1.17. Ze względu na sposób przesyłania i rozpowszechniania informacji	37
2.2.1.18. Ze względu na stosunek do władzy publicznej	37
ROZDZIAŁ III FORMY WŁASNOŚCI I TYPY WYDAWCY MEDIÓW LOKALNYCH	39-70
3.1. Podstawowe formy własności mediów lokalnych	39
3.2. Typy wydawcy	41
3.2.1. Osoba fizyczna	41
3.2.2. Osoba prawna i spółka	43
3.2.3. Samorząd terytorialny	46
3.2.4. Spółdzielnia	51
3.2.5. Organizacja pozarządowa (fundacja i stowarzyszenie)	53
3.2.6. Partia polityczna, organizacje i ruchy społeczno-polityczne	56
3.2.7. Kościoły i związki wyznaniowe	58
3.2.8. Szkoła i uczelnia	62

3.2.9. Zakład pracy (przedsiębiorstwo)	65
3.2.10. Państwo	66

**ROZDZIAŁ IV
FUNKCJE I ZADANIA MEDIÓW LOKALNYCH
W SPOŁECZEŃSTWIE OBYWATELSKIM** 71-95

4.1. Pojęcie funkcji i funkcjonalizmu mediów lokalnych	71
4.2. Funkcje mediów lokalnych w transformującym się systemie	73
4.2.1. Funkcja poznawcza	74
4.2.2. Funkcja informacyjno-kontrolna	76
4.2.3. Funkcja socjalizacyjno-edukacyjna	78
4.2.4. Funkcja perswazyjna	80
4.2.5. Funkcja integracyjna	81
4.2.6. Funkcja mobilizacyjna	84
4.2.7. Funkcja rozrywkowa	85
4.2.8. Funkcja reklamowo-ogłoszeniowa	86
4.2.9. Funkcja dokumentacyjna	88
4.3. Zadania mediów lokalnych w społeczeństwie obywatelskim	88

**ROZDZIAŁ V
ROZWÓJ PRASY LOKALNEJ PO 1989 ROKU** 96-117

5.1. Odrodzenie i ewolucja prasy lokalnej	96
5.2. Uwarunkowania i skutki rozwoju prasy lokalnej	104
5.3. Wskaźniki czytelnictwa i profil odbiorcy tygodnika lokalnego	111
5.3.1. Program badania czytelnictwa i promocji tygodników lokalnych	112
5.3.2. Wskaźniki czytelnictwa	113
5.3.3. Rezultaty badania odbiorców	114

**ROZDZIAŁ VI
ROZWÓJ RADIOFONII LOKALNEJ PO 1989 ROKU** 118-169

6.1. Radiofonia lokalna naziemna	118
6.2. Radiofonia lokalna kablowa	121
6.3. Radio lokalne publiczne	121
6.3.1. Państwowe	121
6.3.1.1. Organizacja	123
6.3.1.2. Program	125
6.3.1.3. Słuchalność	129
6.3.2. Samorządowe	130
6.3.2.1. Organizacja	130
6.3.2.2. Program	132
6.3.2.3. Słuchalność	133
6.4. Radio lokalne niepubliczne	135
6.4.1. Sieciowe	135
6.4.1.1. Organizacja	135
6.4.1.2. Program	141
6.4.1.3. Słuchalność	142
6.4.2. Pozasieciowe	143
6.4.2.1. Niezależne rynkowe	146

6.4.2.1.1. Organizacja	146
6.4.2.1.2. Program	149
6.4.2.1.3. Słuchalność	151
6.4.2.2. Trzeciego sektora	152
6.4.2.2.1. Studenckie	153
6.4.2.2.2. Kościoła Rzymskokatolickiego	155
6.4.2.2.3. Innych wyznań i obrządków	165
6.4.2.2.4. Mniejszości narodowych i etnicznych	167

ROZDZIAŁ VII

ROZWÓJ TELEWIZJI LOKALNEJ PO 1989 ROKU 170-224

7.1. Telewizja lokalna naziemna	170
7.2. Telewizja lokalna kablowa	171
7.3. Telewizja lokalna publiczna	172
7.3.1. Państwowa-naziemna	172
7.3.1.1. Organizacja	172
7.3.1.2. Program	175
7.3.1.2.1. Program wspólny <i>TVP3 Regionalna</i>	175
7.3.1.2.2. Program rozłączony <i>TVP3 Regionalna</i>	179
7.3.1.2.3. Program rozłączony <i>TVP2</i>	185
7.3.1.3. Oglądalność	186
7.3.2. Samorządowa-kablowa	190
7.3.2.1. Organizacja	190
7.3.2.2. Program	190
7.4. Telewizja lokalna niepubliczna	192
7.4.1. Naziemna	192
7.4.1.1. Organizacja	192
7.4.1.2. Program	197
7.4.1.3. Oglądalność	202
7.4.1.3.1. Oglądalność i ocena audycji informacyjnych, publicystycznych i „talk-show”	205
7.4.1.3.2. Profil widzów	207
7.4.2. Kablowa	210
7.4.2.1. Organizacja	210
7.4.2.2. Program	217
7.4.2.3. Wyniki oglądalności, profil widzów i ocena oferty programowej	219

ROZDZIAŁ VIII

ROZWÓJ INTERNETU PO 1989 ROKU 225-248

8.1. Powstawanie społeczeństwa informacyjnego	225
8.2. Lokalne publiczne serwisy informacyjne	239
8.2.1. Biuletyn Informacji Publicznej (BIP)	240
8.2.2. BIP jednostek samorządowych	242
8.2.3. Lokalne serwisy informacyjne jednostek samorządowych	242
8.3. Lokalne niepubliczne serwisy internetowe	244
8.3.1. Przedsiębiorstw	244
8.3.1.1. Wyposażenie firm w komputery i dostęp do Internetu	244
8.3.1.2. Funkcjonowanie Internetu w firmie	245

8.3.2. Organizacji lokalnych	247
8.3.3. Kościołów i związków wyznaniowych	247
8.3.4. Osób prywatnych	248
8.3.5. Wydawców i nadawców lokalnych	248
Zakończenie	249
Wykaz źródeł i literatury	252