

SADRŽAJ:

PREDGOVOR	9
1. ORGANIZACIJA LOKALNE TV	11
Sanja Bošković, Miloje Nešić	
1.1 Segmenti lokalne TV stanice	12
Sanja Bošković	
1.2 Urednički i producentski pristup	15
1.3 Planiranje	18
1.3.1 Dnevno planiranje	19
1.3.2 Nedeljno (mesečno) planiranje i kompatibilnost sa ostalim odeljenjima	28
1.4 Kalkulacija	34
2. PROGRAMSKA ŠEMA I PLANIRANJE PROGRAMA	41
Rastislav Durman	
2.1 Vlasništvo kao osnov programske orijentacije	42
2.2 Definisane cilje lokalne TV	44
2.3 Prepoznavanje ciljnih grupa	45
2.4 Elementi za pripremu programske šeme	47

2.4.1 Program	47
2.4.2 Poznavanje konkurencije	58
2.5 Sastavljanje programske šeme	59
2.6 Uvođenje novih emisija	62
2.7 Postupak sa emisijama sa niskim rejtingom	63
3. ISTRAŽIVANJE I GLEDANOST	67
Aleksandar Dotlić	
3.1 Ispitivanje javnog mnjenja	67
3.2 Šta je reprezentativni uzorak i kako se određuje?	68
3.3 Praćenje gledanosti	75
3.3.1 Razvoj televizije	75
3.3.2 Razvoj praćenja gledanosti	76
3.4 Indikatori gledanosti	81
3.4.1 Rejting (Rating)	82
3.4.2 CPR (Cost per rating)	82
3.4.3 CPO (Cost per order)	82
3.4.4 HUT (Homes using TV)	83
3.4.5 PUT (People using TV)	83
3.4.6 Šer (Share)	83
3.4.7 Rič (Reach)	83
3.4.8 Frekvencija (Frequency)	84

4. SWOT ANALIZA	85
Stanko Pevac	
4.1 Provera strateškog plana	85
4.2 SWOT analiza	87
4.2.1 Snage	87
4.2.2 Slabosti	88
4.2.3 Mogućnosti	90
4.2.4 Pretnje	90
5. TV NOVINAR KAO PROMOTOR SVOJE TELEVIZIJE	93
Stanko Pevac	
5.1 Zaštita identiteta medija	96
5.2 Zaštita sopstvenog imidža	101
6. STAJLING NA TV I KREIRANJE IMIDŽA	105
Lidija Vidmar	
6.1 Umetnost	106
6.2 Estetika	106
6.3 Moda	108
6.4 Kreiranje stajlinga	110
6.5 Primenjena estetika	111
6.6 Stajling kao vizuelni identitet	112

6.7 Dizajn	117
6.8 Teorija forme	118
7. TV NOVINAR I FINANSIRANJE LOKALNE TV	121
Sanja Bošković	
7.1 Mesto TV novinara u finansiranju stanice – Da li je novinar dužan da vodi brigu o finansijama?	122
7.1.1 Kompetencije u stanici, odgovornosti i punomoćja	128
7.1.2 Modeli novinarskog učešća u finansijama TV stanice	129
Dragan Kremer	
7.2 Granice sponzorstva i uticaja sponzora na TV program	133
7.2.1 Sponzorlook	133
7.2.2 Čobanee, sponzoreee!	134
7.2.3 Kameno elektronsko doba	136
7.2.4 Kosmos, štasmos?	138
7.2.5 Namešta(D)jka	140
7.2.6 Put putuju... ..	144
Darko Ćirić	
7.3 Donacije	147
7.3.1 Donacije i donatori	147

Ričard Maklir

7.4 Da li zbilja želite grant?	153
--------------------------------------	-----

8. TV NOVINAR I PRITISCI DNEVNOPOLITIČKE PRAKSE

U ODABIRU MEDIJSKOG DOGAĐAJA – KAKO IZVEŠTAVATI O „DRUGIMA“	157
--	-----

Dr Dubravka Valić Nedeljković

8.1 Zakonska regulativa	158
8.2 Mogući načini da se utiče na lokalni medij u odabiru događaja i obradi istraživačkih tema o „drugima“ ...	160
8.2.1 Šta je prioritet u lokalnoj zajednici i na šta sve novinari treba da budu spremni?	167
8.2.2 Izveštavanje o „drugima“	176
8.3 Mogući načini da se zaštite lokalni/regionalni emiteri od lokalnih/regionalnih centara političke i ekonomske moći	180