

**PROIECT DE CONCURS
ÎN VEDEREA SELECȚIEI REDACTORULUI ȘEF
ADJUNCT AL STUDIULUI TERITORIAL DE
RADIO CLUJ**

mai – iunie 2012

Preambul sau pseudoargumentație

Existența de 58 de ani a unei instituții media este doar un simplu reper din instrumentarul istoriei presei, poate un pretext, dar în cazul de față și un motiv de analiză. Dacă ar fi să comprimăm în câteva expresii, ținând de domeniul marketingului de firmă, profilul Radio România Cluj - post public regional - se distinge prin stil și atitudine. „Sună bine” nu doar prin faptul că acest logo a fost agreat și promovat de mai bine de un deceniu, dar (în pofida carențelor tehnice reale de recepție) mai ales pentru că „Studioul de pe strada Donat” a devenit un vector determinant în peisajul media regional. Este în același timp o pepinieră de jurnaliști, un atelier definit printr-o anumită consecvență ... apanajul posturilor publice, care prin esență și condițiile de funcționare sunt „sortite” acestei traiectorii.

Posibilitățile constând în exploatarea potențată a resurselor umane și în gestionarea mai eficientă a bazei tehnico-logistice reprezintă o reală provocare: oportunitatea validării profesionale a efortului managerial cu posibile efecte în evoluția culturii organizaționale. Deși cadrul legal nu s-a modificat din 1994, în literatura internațională de specialitate există tendința de a redefini periodic (și parțial) menirea postului public. Radio România Cluj, ca element organic al rețelei posturilor regionale - cu o zonă de acoperire ce presupune un relief geografic variat, dar și plurivalența diferitelor comunități etnoculturale - se subscrie unei permanente reevaluări în funcție de specificitățile menționate, dar și raportat la cerințele corporatiste (POS) agreate de radioul public.

a. Analiza mediului în care își desfășoară activitatea Studioul Teritorial de Radio Cluj și propuneri privind evoluția acestuia

a.1. analiza mediului concurențial în care își desfășoară activitatea Studioul Teritorial de Radio Cluj;

„Concurența scoate ce e mai bun din produs și ce e mai rău din om”
David Sarnoff, fondator al corporației radioului american

Definirea coordonatelor postului regional ne relevă existența unui peisaj mediatic aproape saturat, cu prezența în areal a cel puțin 140 posturi comerciale și confesionale locale sau legate în rețea națională. În urbanul mare (Cluj-Napoca) aglomerarea este și mai evidentă: 21 posturi (în afară de RRCJ și canalele naționale ale SRR). Canalele naționale ale SRR au o acoperire totală pe zona de recepție oficial arondată postului teritorial clujean. În afara acestui aspect nu putem ignora influența posturilor din Ungaria (pentru ascultătorii etnici din zona de graniță, în județul Bihor și Satu Mare — o populație cifrată la 285 mii de locuitori, aparținând acestei comunități).

Fără a extrapola așa numitul fenomen de canibalizare internă (expresie pe care aș prefera s-o înlocuiesc cu cea de concurență intracorporatistă) trebuie să completăm tabloul

actorilor media din zonă, cu simbioza celor două studiouri învecinate: Radio România Cluj și Radio România Târgu Mureș într-un perimetru de suprapunere a frecvențelor. Semnale empirice ne certifică o prezență și aderență a ofertei clujene chiar în municipiul Târgu Mureș și în partea inferioară a văii Nirajului.

În decursul analizei nu putem eluda un aspect tehnic cu certe repercusiuni asupra eficacității și, implicit, a audienței postului: este vorba de lacunele acoperirii cu semnal. Deși oficial Radio România Cluj deservește o arie ce cuprinde opt județe transilvane (Alba, Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Maramureș, Satu Mare, Sălaj, Sibiu) emisiunile postului pot fi receptate precar pe zone relativ extinse și sunt zone unde nu există semnal.

ARIA DE ACOPERIRE IN FM RADIO CLUJ



ARIA DE ACOPERIRE IN AM RADIO CLUJ



Astfel, dacă populația celor opt județe s-a cifrat (potrivit recensământului din 2002) la 3 500 000 de persoane, din calculele proprii reiese că există un număr de 700 000 de mii de locuitori care nu pot profita de serviciile postului public regional. Printre aceste zone se numără și reședințe de județ, cum ar fi Baia Mare, Zalău, Bistrița. Trebuie să admitem că prin aceste pete gri și albe de pe harta celor opt județe, sunt viciate într-un mod semnificativ, din punct de vedere sociologic-statistic, rezultatele cercetărilor de audiență, implicit evaluarea performanței la cotele ei reale.

Un exemplu eclatant ne-a oferit în acest sens punerea în funcțiune a unui emițător nou în locația Negrești-Oaș (4 august 2011). Prin integrarea acestui element (87,9MHz, cu o putere de 2,5kW PAR/ERP/) în parcul de frecvențe gestionat de Radio România Cluj s-a lărgit aria de acoperire din zona municipiului Satu Mare, deficitară până în momentul respectiv. Din măsurătorile efectuate pe teren a reieșit că numărul potențial de ascultători a crescut cu 120 de mii persoane. În cifrele ultimului val de audiență al anului 2011 acest lucru s-a reflectat printr-o creștere a market-share cu 1,1 din zona Crișana.

a.2. analiza profilului demografic al beneficiarilor (ascultător, consumator al produselor culturale/artistice organizate sau susținute de RRCJ după caz) și propunerea unor programe noi pentru atragerea altor categorii de beneficiari;

Radio România Cluj, făcând parte din rețeaua posturilor regionale prezintă același profil al ascultătorului ca și celelalte studiouri, cu mici diferențe caracteristice zonei. Avem de a face cu un public ușor masculinizat, cu o medie de vârstă variind în zona cifrei de 57 – 58 de ani, cu un nivel educațional preponderent mediu și în mare parte inactiv.

Statisticile cuprinse în tabelele alăturate (prezentate pe pag. 4, respectiv 5) oferă o imagine de ansamblu a consumatorilor radio potrivit măsurătorilor cuprinse în studiul Sondajul de audiență radio SAR 2011 programului ARA.

RRR la nivel național general

SOCIO-DEMOGRAFICE	Total Radio	I-2010	I-2011
Gender :			
- Male :	52,8	52,8	54,7
- Female :	47,2	47,2	45,3
Age :			
- 11-19 (11-17) :	8,9	3,0	1,5
- 20-29 (18-29) :	21,5	6,9	4,4
- 30-39 :	19,0	12,3	9,4
- 40-49 :	16,7	17,6	14,2
- 50-59 :	14,9	22,2	25,3
- Over 60 :	18,9	38,1	45,1
- Peste 50 :	33,8	60,3	70,4
- Vârsta medie :	43,2	52,1	55,8
Education :			
- Low education :	44,9	56,9	46,0
- High school :	33,5	30,2	33,0
- University :	21,0	12,8	20,4
- Non-response	0,6		0,6
Professional status :			
- Active :	51,7	40,7	38,8
- Inactive :	45,8	59,3	60,4
- Non-response	2,5		0,9
Region :			
- Transilvania, Banat :	33,5	22,5	29,4
- Moldova :	21,3	33,2	20,9
- Muntenia, Dobrogea :	35,1	34,4	40,0
- Bucharest :	10,0	10,0	9,5
Residence :			
- Rural :	39,6	42,7	43,3
- Urban < 50.000 :	18,8	17,9	19,2
- Urban 50.000-100.000 :	7,5	10,5	6,1
- Urban 100.000-200.000 :	9,2	8,1	9,1
- Urban > 200.000 :	24,8	20,8	22,3
ESOMAR Social Grade :			
- AB :	27,7	20,1	28,3
- C :	31,4	30,2	27,6
- DE :	38,0	49,7	42,9
- Non-response	2,9		1,1

RRR în mediul urban

SOCIO-DEMOGRAFICE	Total Radio	I-2011	II-2011	III-2011
Gender :				
- Male :	51,8	49,5	51,3	47,2
- Female :	48,2	50,5	48,7	52,8
Age :				
- 11-19 (11-17) :	7,9	1,6	2,3	0,4
- 20-29 (18-29) :	21,3	9,5	10,8	5,4
- 30-39 :	19,0	13,1	13,7	9,9
- 40-49 :	17,8	21,4	20,6	22,2
- 50-59 :	16,3	24,2	23,3	27,8
- Over 60 :	17,6	30,3	29,3	34,2
- Over 50:	33,9	54,5	52,6	62,0
- Vârsta medie	42,6	50,5	49,3	54,1
Education :				
- Low education :	29,0	38,0	37,4	38,4
- High school :	38,9	36,9	43,3	41,1
- University :	31,0	24,7	18,6	19,3
- Non-response	1,2	0,4	0,7	1,2
Professional status :				
- Active :	58,3	51,2	51,5	46,7
- Inactive :	39,3	47,8	46,3	51,7
- Non-response	2,4	1,1	2,3	1,6
Region :				
- Transilvania, Banat :	35,0	45,8	37,4	41,0
- Moldova :	18,0	20,7	22,7	29,0
- Muntenia, Dobrogea :	31,0	30,0	37,4	28,0
- Bucharest :	17,0	3,4	2,5	2,0
Residence :				
- Urban < 50.000 :	32,0	41,9	45,2	40,8
- Urban 50.000-100.000 :	12,1	11,7	12,7	15,4
- Urban 100.000-200.000 :	14,8	15,0	13,8	16,4
- Urban > 200.000 :	41,0	31,4	28,3	28,0
ESOMAR Social Grade :				
- AB :	35,2	27,9	28,3	30,1
- C :	34,7	37,0	38,0	28,9
- DE :	25,1	33,5	30,9	37,1
- Non-response	5,0	1,6	2,8	3,9

Pentru atragerea altor categorii de ascultători se impune introducerea în grilă a unor emisiuni care să asigure delimitarea pronunțată între intervalul luni-vineri și sfârșitul de săptămână. Obiceiurile de ascultare sunt diferite, în week-end timpul de ascultare e mai mare, dar dinamica migrării de la un post la altul este și ea mai accentuată. În acest context promovarea divertismentului radiofonic devine o rezolvare, dar și o provocare serioasă. Emisiunile tip magazin de sâmbătă și cele duminicale trebuie să devină mai dinamice, cu frecvente elemente de interactivitate, premii, invitații-surpriză, locații neconvenționale. Abordarea unor teme ținând de lifestyle sunt de dorit în acest tronson.

Emisiunea de istorie este o absență considerabilă din oferta editorială actuala a RRCJ. Cu variantele ei pentru cele două limbi, ea ar putea angrena specialiști, cercetători, dar și studenți, care oricum au un modul de comunicare inclus în pregătirea lor profesională. Primele contacte sunt realizate în acest sens cu catedra de resort a Universității Babeș-Bolyai din Cluj

b. Analiza Legii 41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune, cu modificările și completările ulterioare și a altor acte normative incidente

Ca orice lege, cea cu numărul 41 din 1944 este o reglementare perfectibilă la nivelul textului dar și privind aspectele ce țin de fondul ei. În continuare voi enumera câteva remarci punctuale, fără a pretinde (în lipsa unei pregătiri juridice) că ele sunt întru totul pertinente. Este aprecierea unui om de presă care a observat schimbările survenite în domeniu. Legea, în forma ei actuală (cu completările ulterioare), a încercat să țină pasul cu evoluțiile breslei. Asistăm – în accepțiunea mea -- la o reușită parțială. Iată și argumentele:

ART. 5

Programele Societății Române de Radiodifuziune și ale Societății Române de Televiziune nu trebuie să servească sub nici un motiv ca mijloace de defăimare a țării și a națiunii, să nu îndemne la război de agresiune, la ură națională, rasială, de clasă sau religioasă, să nu incite la discriminare, la separatism teritorial sau la violență publică, să nu propage manifestările obscene, contrare bunelor moravuri.

S-ar cuveni dezvoltarea acestui termen, fiindcă există o multitudine de discriminări. Dacă incitarea la ură primește anumite nuanțe, subdiviziuni, și elementul discriminativ ar trebui defalcat: discriminare sexuală, cea etnică, cea vizând diferitele categorii de vârstă, etc.

ART. 7

(1) Societatea Română de Radiodifuziune și Societatea Română de Televiziune vor

promova și vor încuraja difuzarea de creații audiovizuale românești.

În ultimii ani s-a produs o dispută prelungită și nedecisă despre condiția creației românești. Este vorba de piesele muzicale: parte din ele sunt interpretate în limba engleză de către trupe autohtone. Ele sunt producții europene sau românești? Întrebarea revine cu asiduitate ori de câte ori se raportează și centralizează date referitoare la muzica folosită.

ART. 9

Serviciile publice de radiodifuziune și de televiziune sunt obligate să transmită, cu prioritate și în mod gratuit, comunicatele sau mesajele de interes public primite de la Parlament, Președintele României, Consiliul Suprem de Apărare a Țării sau de la Guvern.

Dacă scopul este informarea promptă și deservirea interesului public, șirul instituțiilor privilegiate ar trebui să continue: ISU, Institutul Seismologic, ANM

ART. 12

(1) Creația audiovizuală urmează regimul general al legislației privind dreptul de autor și drepturile conexe.

Se impune o extensie expresă și pentru produsele apărute pe suprafețe new media, aspect nereglementat de lege din moment ce la apariția textului acest gen de jurnalism era încă într-un stadiu incipient.

ART. 16

(1) Societatea Română de Radiodifuziune și Societatea Română de Televiziune elaborează și transmit spre difuzare programe în limba română și în alte limbi, adresate ascultătorilor și telespectatorilor din întreaga lume, pentru a promova imaginea României și politica sa internă și externă.

(2) În acest scop, în cadrul Societății Române de Radiodifuziune și al Societății Române de Televiziune funcționează departamente de emisiuni pentru străinătate.

S-ar cuveni o referire expresă la comunitățile românești de peste graniță, respectiv cele aflate în țările limitrofe și pentru diaspora clasică.

ART. 22

Președintele și membrii consiliului de administrație depun în fața Parlamentului următorul jurământ: "Jur să respect Constituția și legile țării, să apăr interesele României, drepturile și libertățile fundamentale ale cetățenilor, să-mi îndeplinesc cu onoare, conștiință și fără părtinire atribuțiile ce-mi revin potrivit funcției și să păstrez secretul profesional. Așa să-mi ajute Dumnezeu!"

Din moment ce în articolul 3 se face trimitere la asigurarea pluralismului este de bun simț și logic ca textul jurământului să aibă și o variantă fără invocarea finală pentru președinte sau membrii atei, ori neafiliați la vreo religie, vreun cult.

ART. 32

(1) Societatea Română de Radiodifuziune și Societatea Română de Televiziune pot avea în structura lor studiouri teritoriale și alte unități funcționale autonome fără personalitate juridică, necesare realizării obiectului specific de activitate, cărora li se acordă

competențe în domeniul tehnic, economic, comercial, administrativ, financiar, precum și delegare în probleme juridice.

Formula de condițional optativ referitoare la existența unor studiouri teritoriale „poate” duce la extrapolarea chestiunii: Ce se întâmplă dacă cele două Societăți pot avea studiouri teritoriale, dar din varii motive conducerea lor va considera că acest lucru este o chestiune facultativă...

Studiourile teritoriale au experiența nefastă a suprimării lor în perioada 1985-89. De aici și o anumită sensibilitate crescută în legătură formularea din articolul 32.

b.1*. analiza grilei de programe a postului Radio România Cluj din punctul de vedere al respectării prevederilor Legii nr.41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune, cu modificările și completările ulterioare;

Oferta editorială actuală a Radio România Cluj, cuprinsă în grila standard de programe, este rodul unui efort intelectual etapizat, multianual. Grila conține emisiuni difuzate în trei limbi (română, maghiară, ucraineană), iar aria de acoperire este deservită, pe lângă studioul de la Cluj, de cele două posturi locale: Sibiu - printr-o „fereastră” compactă de șapte ore - și Sighetul Marmației -- de o contribuție dispusă pe trei tronsoane însumând în total cinci ore de producție proprie. Sub aspectul limbii în care se transmite, lucrurile se prezintă astfel: 17 ore în limba română, o prezență zilnică de șapte ore în limba maghiară (exceptând programul de duminică: 6 ore) la Cluj, respectiv o emisiune de 20 de minute (în intervalul luni-vineri) realizată la Sighetul Marmației, iar în limba ucraineană o emisiune săptămânală de 55 de minute redactată și transmisă tot în cadrul ofertei locale de la Sighet. Emisiunea este girată de o profesionistă, cadru didactic la Liceul Taras Șevcenko din Sighetul Marmației. Prezența doamnei Elena Codrea, cu un stagiu petrecut la Radio România Internațional este o garanție a corectitudinii limbii ucrainene și al unui standard editorial de ținută. Problematika specifică unor comunități etnice minoritare este prezentată și prin rubrica Interetnica (15 minute, frecvență săptămânală) prezentată în limba română. Numărul etnicilor maghiari din zona de acoperire a RRCJ este de aproximativ 590 mii de locuitori, iar o pondere importantă a minorității ucrainene, peste de 35 de mii de persoane, se află în județele din nordul, nord-vestul Transilvaniei. Radio România Cluj a reușit și propune și în continuare reflectarea unor momente și evenimente importante din viața celorlalte comunități minoritare. Exemple în acest sens reprezintă emisiunile despre Ziua romilor, Anul Nou Evreiesc, acțiunile Forumului Democratic German, sărbătoarea armenească dedicată Sfântului Grigorie Iluminatorul, evenimentele prilejuite de calendarul Anului European al Dialogului Intercultural (2008). Faptul că în data de 16 martie 2012 la Cluj-Napoca a fost încheiat un protocol de colaborare între Societatea Română de Radiodifuziune și Institutul pentru Studiarea Problemelor Minorităților Naționale și că Societatea derulează proiecte susținute de Departamentul pentru Relații Interetnice, asigură un cadru generos pentru o abordare coerentă și consecventă a tematicii privind naționalitățile din zona de acoperire a postului public clujean.

Din inventarul anterior se poate concluziona că grila postului regional de la Cluj corespunde în mare măsură cerințelor impuse de legea de funcționare a instituțiilor media publice, cerințe privind reflectarea valorilor culturale aparținând comunităților etnice. /Art.4 (1) /

Caracterul mozaicat al programului (alternanța limbilor română-maghiară în care se transmite) și evaluarea câștigurilor, respectiv al dezavantajelor provenite din această stare de fapt constituie tema unei repetate dispute profesionale. Opiniile managementul Studioului, ale membrilor redacțiilor, dar și cele ale decidenților pe linie editorială la nivel de departament converg înspre necesitatea regândirii radicale a chestiunii. Deși se poate demonstra faptul că ascultătorii de limbă maghiară rămân pe post într-un procentaj de cel puțin 20 la %, chiar și după schimbările de limbă (după ora 10, respectiv 18), este evident că din perspectiva maximalizării numărului total de ascultători splitarea frecvențelor de FM pe limbi ar fi cea mai eficientă rezolvare. Acest obiectiv poate constitui baza unei strategii etapizate, un demers pe termen mediu, datorită datelor tehnice limitative, determinate, la rândul lor, de dimensiunile considerabile ale ariei de acoperire.

În privința funcției de informare, prevăzută de legea cadru de funcționare, trebuie să menționăm triada național-regional-local, aspect caracteristic al tronsoanelor (emisiunilor, rubricilor) informative. Această aproximare impune un discurs asupra autodefinirii identitare, o clarificare a statutului studioului teritorial. În esență asemenea instituții media cu impact regional își asumă un rol de interfață, cel al mediatorului, al elementului de legătură: cu riscul asumat de a uzita o formulă oarecum forțată, putem avansa ideea unei verigi care leagă referințele internaționalului cu cele de ordin național, și mai apoi cu reperele locale (e un fel de viaduct, ca să nuanțăm metafora schițată) pe această autostradă a informațiilor.

Din moment ce nu constituie tema efectivă a lucrării de față, mă văd nevoit să nu abordez aspectele regionalizării și problematica regionalismelor autohtone, să eludez chiar și o sumară analiză a diferitelor opțiuni și atitudini (academice, politice, civice); aș dori să mă cantonez asupra mănunchiului de dileme care privește plurivalența identitară a ariei de acoperire deservite de Radio România Cluj. Acest post se adresează deopotrivă unui public din centrul Transilvaniei, din zona de graniță (Bihor, Satu-Mare, parțial Maramureș), respectiv Maramureșului istoric, și aici m-am referit doar la cele trei categorii geo-etnoculturale majore. Pe lângă acestea coexistă o multitudine de identități structurate pe microregiuni ori pe dimensiuni locale, seturi de valori ce se completează, rivalizând adeseori între ele. Avem de gestionat un teritoriu caracterizat printr-o tectonică etnoculturală variată, ceea ce reprezintă o provocare profesională serioasă în momentul selectării vectorilor determinanți ai politicii editoriale. În contextul creionat sunt de clarificat trei aspecte legate de activitatea Radio România Cluj:

1. Statutul și prerogativele (în principal editoriale ale) studiourilor locale existente.
2. Rolul și atribuțiile rețelei de corespondenți județeni .
3. Intensitatea și dimensiunile așa numitelor evenimente din teren (transmisii complexe prin studioul mobil, evenimente media, prezența în areal a RRCJ în calitate de coorganizator)

O altă funcție de bază, cea a reflectării fenomenelor culturale și a activității artistice, respectiv promovarea lor se încadrează și ea — pe lângă atribuțiunile informative deja analizate — printre pilonii primordiali în declinarea profilului „Studioului de pe strada Donat”. Managerii radioului clujean, relansat la începutul anilor 90, i-au conferit postului un caracter eminent cultural. Gestul poate fi decodat într-o anumită măsură și ca unul compensatoriu pentru perioada dintre 1985-1989, interval în care activitatea postului regional a fost curmată printr-o hotărâre drastică a partidului-stat. Mărturiile colegilor de odinioară, precum și aprecierea radiofoniștilor, încă activi, converg spre tentativa de a se baricada într-un regn cultural în fața cenzurii din ce în ce mai vigilente și plene. Această prioritate a vocației de post cultural s-a nuanțat în ultimele două decenii. Decantarea s-a produs concomitent cu (re)descoperirea postului public, ca sursă veridică de informații și, evident, apariția unor alternative bine articulate cum sunt canalele naționale dedicate: Radio România Cultural și Radio România Muzical.

Actuala grilă de programe conține rubrici zilnice (Agenda Culturală, în tronsonul matinal și cel din intervalul 11,00-15,00), precum și emisiuni tematice (Cuvinte încrucișate, Arte, Rejtett világok /Lumi ascunse/) cu frecvență săptămânală, repere consistente pentru prezentarea unui centru cultural-artistic ce emite pretenții pentru obținerea statutului de capitală culturală europeană. În ultimii cinci ani s-a putut observa o reală schimbare de accent: concentrarea excesivă pe municipiul Cluj-Napoca „s-a diluat”, abordarea și prezentarea în context regional devenind tot mai pregnantă și în acest domeniu.

Spre finalul subcapitolului atenția se va îndrepta către funcția ludică a postului, cea a emisiunilor de divertisment. Mă voi mărgini la enunțarea succintă a unor aspecte prea puțin articulate din punct de vedere al genurilor radiofonice. Caracterul lacunar provine parțial și din lipsa unor bugete destinate special pentru producții de acest gen, dat fiind faptul că divertismentul radiofonic de calitate este o întreprindere cu costuri ridicate. În același timp, trebuie să remarcăm că nici consumatorii nu au încă o cultură solidă în acest domeniu al show-biz-ului înțeles în accepțiunea cea mai nobilă a acestui segment. Grupul de producție în limba maghiară de la Radio România Cluj a inițiat un parteneriat cu trupa de umor Szomszédnéni Produkciós Iroda (Agenția de Producție Vecina). În urma acestei colaborări a apărut în grila de programe emisiunea Havi agytakarítás (Și mintea lună i se făcea). Spectacolul de cabaret radiofonic cu public, devenit deja clasic pentru emisiunea de revelion, este girat tot de cuplul Bálint Ferenc és Tóth Szabolcs. Echivalentul în limba română a acestui tip de divertisment nu s-a concretizat încă, redactorii recurgând, deocamdată la selecții din Fonoteca studioului.

În privința producțiilor de teatru radiofonic, suntem nevoiți să constatăm caracterul lor rapsodic din cauza absenței unui buget destinat efectiv acestui efort editorial. Lipsa unor resurse a fost surmontată în anii trecuți prin parteneriate cu diferite centre culturale (CCF Cluj sau Centrul Cultural Polon), ori prin granturi obținute din surse guvernamentale (Departamentul pentru Relațiile Interetnice) prin intermediul unor fundații participante la proiectele noastre. Anual Radio România Cluj produce câte două-trei piese, adaptări radiofonice pentru fiecare limbă, o „recoltă” relativ redusă, raportată la posibilitățile și anturajul propice al Clujului considerat un puternic centru teatral.

Din moment ce îi conferim conceptului de divertisment o interpretare în extenso, nu putem face abstracție de prezentarea și analiza succintă a ofertei muzicale a postului teritorial (raportul vorbă – muzică din economia grilei actuale este de 52% în favoarea muzicii). Definirea unui profil muzical coerent, a unui sound bine conturat s-a dovedit a fi o sarcină dificilă; faptul că procesul a demarat acum doi-trei ani și încă nu s-a definitivat, ne oferă un indiciu în acest sens. Introducerea softului de emisie, în toamna anului 2009, a însemnat o abordare nouă a relației compartiment tehnic-grupuri de producție editorială - marketing. Responsabilitatea editorială a crescut concomitent cu siguranța emisiei. Introducerea sistemului Q Sound s-a dovedit, în contextul dat, o decizie justă, oferind un instrument eficient în două direcții:

·s-a implementat o procedură standardizată a selecției și introducerii în sistem a noilor piese, lucrări muzicale și

·s-a rezolvat într-o proporție covârșitoare problema zilnică a gestionării (a evidenței) drepturilor de autor.

Din punctul de vedere al emisiunilor muzicale de nișă, grila de programe agreată de Radio România Cluj prezintă o paletă deosebit de variată. Ea cuprinde operă, operetă, muzică lăutărească, folclor autentic, romanțe, jazz, simfonic, rock (cu feluritele subdiviziuni). Există o dispută permanentă, dar constructivă, privind ponderea acestor genuri. Una din chestiunile abordate în mod repetat este legată de dispunerea și amploarea ofertei muzicale orientată spre publicul din urbanul mic și rural.

Transmisiile sportive pot fi definite drept o categorie de emisiuni hibrid (considerate a fi purtătoare de informații, dar și o modalitate de a petrece timpul liber ascultând postul de radio). Postul public regional a efectuat în 2011 un număr de 75 transmisiuni, campania având un impact mediatic pe trei paliere:

- semnalele empirice,
- numărul superior de accesări on — line în timpul partidelor transmise, respectiv
- disponibilitatea concretă a unor sponsori de a fi partenerii transmisiilor sportive (Banca Transilvania).

Toate elementele coroborate ne întăresc în convingerea că postul va trebui să acorde în continuare o atenție aparte acestui segment (fără a face referire la sezoane de vârf ca de pildă cel din 2012, an olimpic).

Grila Radio Sighet - toamna 2011

Ora	LUNI	MARȚI	MIERCURI	JOI	VINERI	SĂMBĂȚĂ	DUMINICĂ	
06:00	Buna dimineata Sighet							
08:00	Magazinul de dimineata							
09:30	Magazin tematic							
10:00				Sesam, deschide-te				
11:00				Sport Club Radio				
13:15				Carte de vizită				
14:00				Top 10 Radio Cluj				
15:00	Ora șlagărelor "Slagerora"							
16:00	"Kavezo" - magazin							
17:00	Radiojurnal "Napora"							
17:30	Magazin tematic							
18:00				Retrospectiva săptămânii				
19:00	Rondul de seară							
20:00	Rondul de seară							
21:00	Emisiunea în limba germană (reluare)					Maraton muzical		Convorbiri

A Kolozsvári Rádió jelenlegi kínálata és profilja többéves, szakaszolt szellemi erőfeszítés eredménye. 24 órás műsorrácsában három nyelven sugárzott adások kapnak helyet, a kolozsvári mellett két helyi stúdió látja el az adáskörzetet: Nagyszebenben összefüggő, hétórás, helyi „ablakkal”, Máramarosszigeten ötórás, három részre tagolt, helyi műsorrall. Nyelvi bontásban a következő a képlet: vasárnap kivételével napi hétórás magyar jelenlét, a szigeti stúdióban hétfő és péntek között húsz perces adás, illetve ugyanitt heti 55 perces ukrán nyelvű műsor. Ezen kívül az Interetnica című heti 15 perces rovat román nyelven biztosít betekintést az adáskörzetben élő nemzeti kisebbségek-közösségek mindennapjaiba, az általuk felvetett sajátos problémákra. Az előbbi lajstromból kitűnik, hogy a Kolozsvári Rádió műsorrácsa nagyrészt megfelel a közszolgálati médiumok működését szabályozó törvényes keret etnikai kisebbségekre vonatkozó kitételeinek.

Többrendbéli szakmai vita tárgyát képezi a műsorfolyam mozaikszerűsége, a román-magyar nyelváltás előnyeinek-hátrányainak súlyozása. A Stúdió vezetősége, a szerkesztőségek tagjai, de a közrádió műsorpolitikáját meghatározó főosztályok illetékesei is egyaránt elfogadják és üdvösnek tartják a kérdés alapvető átgondolását. Bár a magyar nyelvű hallgatók bizonyíthatóan legalább 20 százaléka áthallgat, vagyis a Kolozsvári Rádió műsorait követi a nyelváltások után is (10, illetve 18 óra után), egyértelmű, hogy a hallgatóság maximalizálása szempontjából a leginkább ajánlatos megoldásnak az ultrarövid frekvenciákon való teljes szétválás mutatkozik. Erre a célkitűzésre azonban, az adáskörzet mérete és az ebből származó műszaki feltételek összetettsége miatt, csak fokozatosan lehet stratégiát építeni.

A kerettörvényben előírt közszolgálati funkciók közül a tájékoztató jellegű műsorok és rovatok szempontjából fontos kiemelni az országos-regionális-lokális jelleg együttesét. Ez a megközelítés felveti a területi stúdió státusbeli önmeghatározásának kérdését-kényszerét. Valójában az ilyen jellegű médiaintézménynek mintegy köztes, illetve közvetítő szerep jut: vállalt képzavarral élve ő alkotja a hiányzó láncszemet (viaduktot) a nemzetközi-országos és a helyi vonatkozások közötti ívelő információs sztrádan.

Mivel nem képezi a dolgozat fő témáját, eltekintek ezúttal a hazai regionalizáció tárgykörébe illeszkedő vélekedések, álláspontok érdembeli elemzésétől; mindössze utalásszerűen térek ki arra a dilemmakötegre, amely a Kolozsvári Rádió adáskörzetének identitásbeli sokszínűségét illeti. Egyaránt szól ez a rádió a közép-erdélyi, a partiumi, illetve a történelmi Máramaros hallgatóságához, és itt csupán a három nagyobb kategóriát neveztem meg. Ezen kívül számtalan, egymást kiegészítő vagy akár rivalizáló kiserégiós azonosságtudat és lokális habitus tarkítja az egyébként változatos etnokulturális tektonikát. Innen az irányadó műsorpolitikai vektorok kiválasztásának és érvényesítésének sokrétű és komoly szakmai kihívást jelentő feladata. Ebben a kontextusban három aspektus tisztázandó:

- a létező helyi stúdiók státusa és hatásköre,
- a megyei tudósítói hálózat feladatai
- az úgynevezett kihelyezett események (közvetítő-kocsis adások, médiaesemények, társszervezői minőségben való jelenlét) arányai és intenzitása

A művelődési élet jelenségeinek tükrözése, az alkotói tevékenység bemutatása és népszerűsítése szintén meghatározó jegye a Donát úti stúdiónak. A kilencvenes évek elején újrainduló Kolozsvári Rádió akkori vezetői egyértelműen – némileg a 85-89 közötti kényszerű elhallgattatás kompenzációs gesztusaként is – kulturális rádióként határozták meg a szerkesztőségek profilját, az adó kínálatát. A nyolcvanas évek elejének fokozódó cenzúrájára, az egykori rádiósok és a még aktív munkatársak vallomásai szerint a kultúrába való menekülés volt az egyre beszűkülő válaszlehetőségek egyike. Ez a megközelítés időközben több ízben is árnyalódott. A letisztulás folyamatát a területi adó tájékoztató szerepének újraértelmezése és az olyan átfogó alternatívák megjelenése serkentette, mint a Radio România Muzical és a Radio România Cultural megjelenése. Jelenleg az adásrácsban állandó napi rovatok (calendarul cultural) és tematikus műsorok (Cuvinte încrucișate, Arte, Rejtett világok) biztosítják az európai kulturális főváros címére pályázó Kolozsvár művészeti-művelődési életének ismertetését, ám területi adóként a teljes adáskörzet mérvadó jelenségeire, eseményeire is koncentrálnak. Ebből a szempontból az utóbbi öt évben egyértelmű elmozdulás tapasztalható a meglehetősen nyomasztó Kolozsvár-centrikusságtól a régiós kontextusban való láttatás, értékelés felé.

Végül a szórakoztató jelleg és funkció betöltéséről, néhány megjegyzés erejéig. Műfajilag kevésbé artikulált, hiányos részterületen vagyunk, mihelyt a színvonalas rádiós produkciókhoz elengedhetetlen költségvetési háttér nem megfelelő. Másfelől még nem alakult ki a közönségben egy sajátos, jó értelemben vett showbiz-kultúra. A Kolozsvári Rádió már több mint négy éve műsorrácsába iktatta a Szomszédnéni Produkciós Iroda műsorait „Havi agytakarítás” címmel. Szokásos évvégi kabaréestünket szintén Bálint Ferenc és Tóth Szabolcs biztosítja. Román nyelvű adásában ez a típusú kimondottan rádióra alkalmazott, humoros műsor még nem találta meg a párját, a szerkesztők kénytelenek beérni szalagfényképek ismétlésével.

A rádiószínházak produkciók, erre vonatkozó külön költségvetési keret hiányában rapszodikusak. Évente átlagban két-két saját gyártású rádiójátékot sikerül kivitelezni, ami a csupán a kolozsvári szakmai miliőt tekintve meglehetősen visszafogott teljesítmény. Amennyiben a szórakoztatást in extenso értelmezzük, a területi rádió zenei kínálatának rövid elemzésétől nem tekinthetünk el (a jelenlegi adásrácsban 52 százalékos a zene és zenei műsorok aránya). A zenei profil meghatározása, az összefüggő sound kialakítása nem volt egyszerű feladat, példa rá, hogy a folyamat, bár két-három éve elkezdődött, még nem tekinthető befejezettnek. Ebben a tekintetben az adáslebonnyolító szoft (Q Sound) bevezetése igen hatékony eszköznek bizonyult: egyrészt az új zenészek rendszerbe való bevitele jól meghatározott szűrőkön és szelekciós kritériumok szerint történik, ugyanakkor a szerzői jogdíjak nyilvántartásának napi gondja is megoldódott.

A zenei rétegműsorok szempontjából a román és magyar adásban egyaránt igen változatos a paletta. A műsorrácsban helyet kap az opera, operett, nóta, autentikus folklór, dzsessz, szimfonikus és a rock. Az arányok miatt állandó, de építő jellegű vita folyik. A vidéki és kisvárosi hallgatóságnak ajánlott zenei kínálat helye és súlya több ízben is a megbeszélések homlokterébe került. Határesetként (hiszen információ is, de egyben szabadidős program) ide illeszkedik a sportközvetítések csoportja. 2011-ben nem kevesebb, mint 75 helyszíni közvetítést bonyolított le a Kolozsvári Rádió. Az empirikus és mérhető visszajelzések (mérésekkel tetemesen megnövekszik az on-line változat iránti érdeklődés), és a műsorok szponzorizálása arra a következtetésre sarkallja a stúdió vezetőségét, hogy továbbra is érdemes odafigyelni erre a szakterületre.

2. propunerea unui proiect, susținut editorial, în vederea diversificării produselor radiofonice și non-radiofonice, în acord cu reglementările legale incidente.

Subcapitolul vizează unul din aspectele esențiale ale setului de priorități privind (re)configurarea politicii editoriale.(POS, Editorial 2.1.c)

Propun o abordare neconvențională în măsura în care stadiul actual al Radio România Cluj permite o prioritizare axată pe variante de lucru.

Astfel diversificarea ofertei editoriale poate fi una structurală, semistrukturală sau secvențială.

1 **Proiectul structural**, așa cum am menționat la subpunctul b.1, devine actual în momentul în care parcul de frecvențe al Radio România Cluj va fi completat cu un set de frecvențe noi în FM, menite să asigure condițiile tehnice ale splitării emisiunilor pe criteriul limbii în care se transmite. Cu toate că există o serie de frecvențe libere (majoritatea de putere redusă în județele Alba, Bistrița –Năsăud, Cluj) și s-au făcut demersuri în vederea obținerii lor, atribuirea acestora necesită o serie de proceduri cronofage. Din considerente tactice nu putem renunța la această variantă, mai ales că cele care vor fi prezentate mai jos sunt, în fond, doar variante de rezervă care oferă la rândul lor rezolvări parțiale.

2. Proiectul Radio Cluj în viitor (abordare semistrukturală)

Este de fapt planul B, actualizat în momentul în care am conștientizat dificultățile (preponderent obiective) și complexitatea variantei structurate. Se bazează pe experiența pozitivă a studiourilor de la Iași, respectiv Timișoara, unde s-a procedat la splitarea ofertei pe AM/FM.

Proiectul are în vedere exploatarea parcului actual de frecvențe, presupune un efort bugetar suplimentar ponderat (de până la 10 la % din suma cadru al BVC pe anul 2012: studii de audiență, campanie de promovare, atragerea unei echipe minimale de colaboratori) și poate fi implementat într-o perspectivă apropiată: concomitent cu lansarea grilei standard de toamnă 2012.

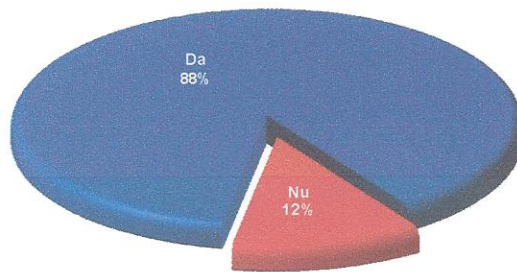
Elaborarea proiectului a presupus următoarele etape:

- I. Formarea unui grup de lucru și activitatea în atelier
- II. Realizarea unui studiu reprezentativ de audiență pe urbanul mare (februarie – martie 2012); CATI+4 focus grupuri
- III. Definitivarea desfășurătoarelor cadru în funcție de rezultatele studiului
- IV. Contactarea unei firme de profil pentru derularea campaniei de promovare al noului produs: Cluj FM .

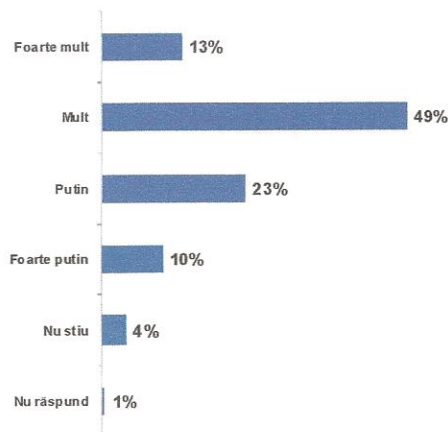
Conceptul de bază se poate rezuma la nevoia de articulare a ofertei în funcție de obiceiurile de ascultare diferite în urbanul mare, respectiv cele din urbanul mic și rural. Studiul IRES efectuat pe Cluj-Napoca a relevat o anumită inerție a populației, un segment important cifrat la 45 % nu și-a inclus radioul în „meniul mediatic-informațional”. Cu toate că din prima parte a lucrării a reieșit că în municipiu se

constată o anumită saturație a pieței prin prezența a 21 de posturi + canalele naționale SRR, există acest bazin considerabil nereceptiv care poate fi abordat printr-o ofertă denumită generic Cluj FM.

În cazul în care nu ați mai recepționat Radio Cluj pe frecvența obișnuită, ați căutat o altă frecvență pentru a-l recepționa în continuare?



Dumneavoastră în ce măsură v-ar plăcea să ascultați un nou post de radio derivat din Radio Cluj?



Noul produs editorial presupune păstrarea principalelor grupaje informative proprii și cele preluate de la RRA și desprinderea în celelalte tronsoane. O anumită parte (într-o proporție de 20-25 la %) a rubricilor și materialelor vorbite difuzate pe programul de AM se vor regăsi și pe Cluj FM. Prin selectarea și cooptarea unor animatori care vor derula emisiunea în sistem self se va rezolva gestionarea efectivă a proiectului.

În etapele ulterioare (2013-14) se preconizează extinderea proiectului pe frecvențele de Sibiu și Satu Mare (Negrești Oaș) cu declinările - intercalarea „ferestrelor” locale - necesare. Trebuie menționat că în privința emisiunilor în limba maghiară există un risc în derularea acestui proiect: caracterul mozaicat al grilei actuale (emisiuni în limba maghiară în intervalul 8-10, respectiv 15-18, noaptea între 02,00-04,00) induce rezerve față de impactul unei variante FM, mai ales pe tronsonul matinal, care este redus ca interval, dar constituie în același timp vârful de audiență.

Proiectul secvențial new media : broadcasting-webcasting

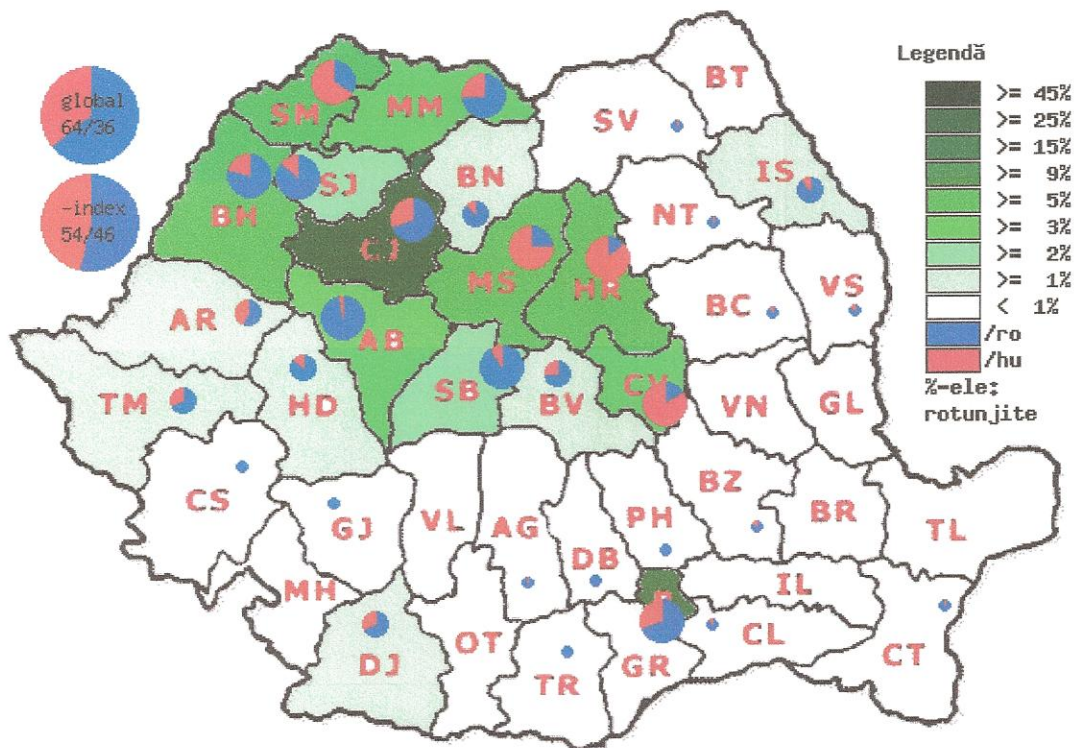
Mentținerea pozițiilor actuale în domeniul clasic al radiofoniei concomitent cu abordarea și ocuparea unor zone în noile dimensiuni oferite de recepția on-line a devenit o realitate pe care de câțiva ani nu o putem neglija. Postul public este nevoit să facă față, tot mai pregnant, cerințelor statutului dublu de *broadcasting-webcasting*. Site-ul Radio România Cluj s-a lansat în 2007 și a fost refăcut în decursul semestrului secund al anului 2011, conform standardelor corporatiste. www.radiocluj.ro, (cu cele două declinări: în limba română și maghiară) a devenit o suprafață nouă, neexploată încă la parametrii optimi. El a depășit stadiul unei fațade virtuale a instituției, o carte de vizită digitală, și, în urma recalibrării, a devenit o suprafață bine articulată, unde pot fi accesate – pe lângă informațiile de actualitate (știri, anunțuri, avanpremiere, topul preferințelor muzicale) și materiale audio în format mp3. Site-ul găzduiește de asemenea informații despre evenimentele organizate de RRCJ, imagini de la vernisajele de la Galeriile Radio, sau de la evenimente la care Studioul este co-organizator ori partener media. Tot în acest context, serviciul marketing va avea un rol important de a-și prezenta oportunitățile: lista de tarife pentru reclame și spoturi, condițiile de închiriere a Sălii de concerte. Parametrii de recepție on-line, asigurați prin intermediul noului contract cu firma UPC, permit o accesare mult mai ușoară. Semnalele care ne parvin (cu preponderență de la ascultători din afara țării: Suedia, SUA, Germania, Spania, Italia, Ungaria) sunt în măsură să ne întărească convingerea că formatul on-line al RCCJ are toate șansele să devină un vector determinant al eforturilor de diversificare a ofertei postului. Pagina este vizitată de 1000 până la 2000 de ori pe zi. Din septembrie 2011 și până în prezent, pagina a avut peste 350 000 de afișări. În timpul evenimentelor speciale se înregistrează peste 3000 de accesări pe zi. S-au realizat aplicații care facilitează interactivitatea cu rețelele de socializare Facebook, Twitter.

Creșterea vizibilității paginii de internet www.radiocluj.ro poate fi obținută, în primul rând, prin promovare internă și externă și prin stabilirea unor parteneriate strategice cu portaluri și pagini de internet pentru promovare. Într-o perspectivă de 1-2 ani și studiourile locale trebuie să-și prezinte site-urile proprii. Există o altă modalitate concretă pentru creșterea vizibilității platformei media pe internet: crearea unei campanii de submitere către mai bine de 100 de motoare de căutare cele mai utilizate, urmărirea evoluției campaniei, crearea contului specific pentru urmărirea live a evoluției campaniei, căutarea și crearea partenerilor dispuși să ofere legături, etc.

Obiective pe termen scurt (pentru următoarele luni)

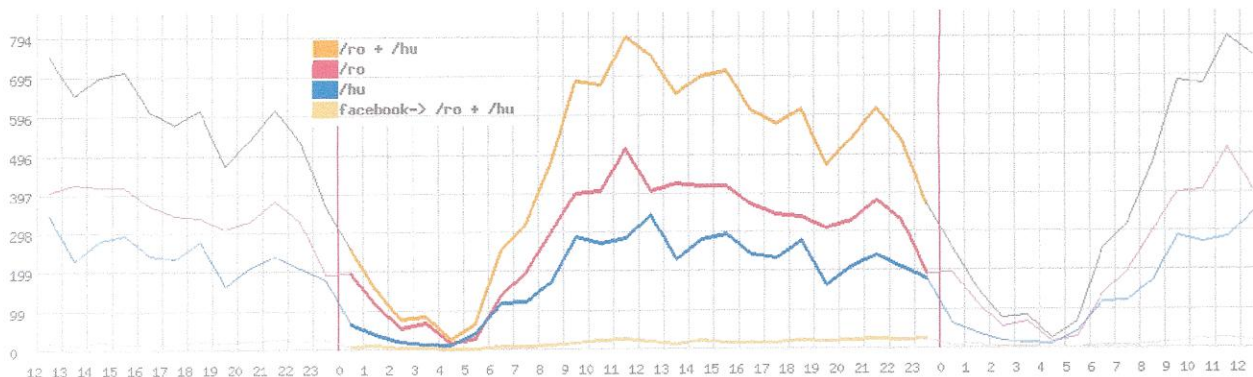
Având în vedere două aspecte legate de pagina home (index):

a) materialele proprii nu ies în evidență în fluxul știrilor preluate de la agenții și faptul că
b) statisticile arată că materialele de tip "audio simplu" sunt mai puțin vizitate,
se impune reconfigurarea indexului. Se dorește creșterea relevanței și a densității informației prezentate. Experiența ultimelor luni arată că publicul new media este semnificativ influențat nu numai de evenimentele de tip actualitate (protestele, în general momentele socio-politice tensionate atrăgând vizitatori), ci și de alți factori, precum vremea, zilele libere etc. Trebuie notat și faptul că în calitate de post public regional, pe lângă cele teritoriale, locale, abordăm mai multe teme de nișă (cultură, știință) care atrag un număr redus de vizitatori și evităm cu desăvârșire subiectele "piperate" de tip tabloid. Putem considera astfel un obiectiv realist menținerea numărului afișărilor la cel puțin 1400/zi, cu o creștere ușoară care se va datora modificării indexului.



Situația accesărilor site-ului www.radiocluj.ro defalcată pe județe
(septembrie 2011 – mai 2012)

Intervale de activitate în ultimele zile (numărul afișărilor în funcție de interval)



c. Analiza structurii organizatorice a Studioului Teritorial de Radio Cluj și propuneri de îmbunătățire a acesteia

c.1. propuneri privind modificarea/îmbunătățirea structurii organizatorice actuale a Studioului Teritorial de Radio Cluj;

Organigrama Radio România Cluj presupune o defalcare a atribuțiilor și competențelor pe trei compartimente majore: editorial, tehnic și economico-administrativ. Este structura clasică a unei asemenea instituții media. Eficiența sa depinde într-o măsură importantă de comunicarea intra - și intercompartimentală. Lacunele surprinse pe fluxul informațional pot avea repercusiuni asupra ergonomiei locului de muncă, afectând climatul în care angajații își desfășoară activitatea și cauzează de cele mai multe ori costuri suplimentare efective. Se impune, deci, o reglementare a procedurilor de comunicare pe probleme profesionale, deoarece putem să ne confruntăm cu situația cvasiabsurdă în care personalul Studioului reacționează prompt și eficient în cazuri extreme, urmând scenariul elaborat special pentru asemenea momente, și să nu performeze în comunicarea zilnică pentru rezolvarea unor obiective și sarcini permanente.

În legătură cu actuala organigramă rețin două aspecte. Ele sunt totodată și propuneri de ameliorare:

I. Necesitatea statuării mile - management-ului. Există de trei ani un grup de 8 colegi cu atribuții de coordonare la compartimentul editorial. Decizia de a înființa această verigă intermediară a fost luată în urma unor consultări cu specialiști olandezi care au scanat activitatea Radio România Cluj. Din SWOT-ul efectuat a reieșit necesitatea introducerii echipei de middle - management, pentru o mai bună coordonare, monitorizare și evaluare a efortului editorial. Statutul echipei este nereglementat, în sensul în care membrii ei nu apar în organigramă. Atribuțiunile lor sunt stipulate în contractul reînnoit anual de către conducerea SRR, la propunerea managementului RRCJ. Middle - managementul și-a demonstrat eficiența, echipa s-a format și a acumulat o experiență consistentă. Pentru a întări și mai mult autoritatea lor și, în același timp, în vederea evitării unor potențiale conflicte, este nevoie de încadrarea oficială a acestor angajați într-o zonă bine definită a

organigramei. Ei vor fi intercalați între redactorul șef și grupurile de producție editorială în limbile română și maghiară.

II. Regândirea compartimentului marketing-publicitate. Este o entitate care face parte din zona economico-administrativă. Se subordonează contabilului șef. Are în componență patru angajați dintre care nici unul nu dispune de o pregătire de profil. Cu toate acestea unii dintre colegi au acumulat pe parcurs un set vast de dexterități și aptitudini. Sunt încadrați pe posturi de redactori, respectiv redactori de rubrică, deși activitatea lor are legături tangențiale cu efortul editorial propriu-zis. Ca urmare propunerea este de a li se conferi un alt statut (referent, specialist, asistent) și de a li se asigura o specializare chiar și în stagii mai scurte, succesive. O abordare mai radicală a chestiunii este cea a externalizării acestor servicii, opțiunea menținându-se la nivele de decizie superioare.

c.2. modalități de realizare a echilibrului bugetar prin punerea în practică a unor soluții pentru reducerea/încadrarea în bugetul alocat la capitolul de cheltuieli cu personalul.

Echilibrul, încadrarea în BVC, presupune o analiză a sumelor repartizate la definirea fișelor de buget. Există posibilitatea de a regla încă din această fază anumite disproporționalități. Folosind experiența și rezultatele anilor anteriori și profitând de perfecționarea procedurii de elaborare și repartizare a bugetului anual al Societății, implementarea modului de lucru cu bugetarea proiectelor și activităților, Comitetul Director al postului poate avansa propuneri de reconfigurare a anumitor capitole. Aceste propuneri punctuale, bine argumentate, va trebui să facă obiectul analizei la nivelul decizional imediat superior, respectiv Departamentul Economic și Comitetul Director al SRR. Rectificările din startul anului se impun într-o măsură accentuată, în momentul în care există proiecte editoriale sau infrastructurale ample. Efortul bugetar va trebui recalibrat în funcție de aceste cheltuieli care (antecalculat și cu o aproximare presupunând marje reduse) exced într-o proporție considerabilă resursele alocate studioului. Este evident că într-o asemenea situație regruparea resurselor și canalizarea altor resurse proprii provenite din sponsorizări, donații etc., spre aceste proiecte va figura printre prioritățile compartimentelor de resort.

Eforturile pentru încadrarea în bugetul alocat la capitolul de cheltuieli cu personalul se derulează în conformitate cu obiectivele departamentale derivate din Prioritățile și Obiectivele Strategice ale Consiliului de Administrație aprobate prin Ordinul 4689 din 11.02.2011 al Președintelui Director General.

Având în vedere că ponderea cheltuielilor cu personalul este previzionată pe anul 2012 la 78,64 % din total buget, este evident că pe lângă optimizarea celorlalte eforturi, acesta este capitolul în cadrul căruia există un spațiu mai amplu de manevră: la nivelul Radio România Cluj se pot implementa în acest sens următoarele măsuri:

1. Gestionarea riguroasă și proiectarea deplasărilor; printr-o notă internă s-a reglementat procedura de aprobare a deplasărilor, astfel că ele pot fi prognozate pe o perioadă de 7 zile. Măsura a fluidizat activitatea parcului auto și a redus numărul de angajați plecați în deplasare. Prin coordonarea intercompartimentală dintre grupurile de producție editorial și cel economic se poate conveni asupra unui plafon lunar destinat deplasărilor. Astfel se va facilita proiectarea activității, sumele destinate diurnelor se vor reduce și va exista un control permanent al cuantumului acestora. Preconizăm influența

benefică a introducerii unei derogări, prin care anumiți angajați pot folosi (punctual și în condiții legale) în mod oficial mașinile de serviciu în timpul deplasărilor. Vom agreea în acest sens modelul de la Radio România Timișoara.

2. Acordul redacțional ca instrument taxonomic profesional și motivare a concurenței interne. Acest stimulent se propune a fi acordat în urma propunerilor solid argumentate sosite din partea middle - management-ului, contrasemnate de redactorul șef adjunct și validate în Comitetul Director. Procedura se repetă lunar pentru a evita apariția unor „abonați permanenți” la acest bonus. Se are în vedere respectarea articolului 67 din CCM și al OPDG nr.160 din 23 02 2007.

3. Obținerea unui suport logistic mai susținut și consistent prin asigurarea sponsorizărilor orientate pe proiecte editoriale. Profitând de precedentele prilejuate de susținerea campaniei de transmisii sportive (Banca Transilvania), respectiv aderența masivă a festivalului Armonia (ediția din 2011 a avut parte de donații și sponsorizări care au compus 85 % din în bugetul total al evenimentului cifrat la 130 000 RON) este de dorit să se intensifice activitatea de identificare și atragere a sponsorizărilor centrate pe produse/proiecte radiofonice concrete. Prin această metodă se pot reduce la zero anumite cheltuieli cu colaboratorii externi, pe lângă impactul pozitiv de imagine de pe urma asocierii Studioului cu sponsori de renume și expunere mediatică intensă.

d. Modalități prin care pot fi îndeplinite obiectivele manageriale derivate din obiectivele specifice Studioului Teritorial de Radio Cluj

d.1. propunerea unor obiective manageriale derivate din obiectivele specifice Studioului Teritorial de Radio Cluj, care să susțină dezvoltarea și eficientizarea Studioului și modalități de îndeplinire a acestora.

Prin însăși atribuțiile cuprinse în fișa postului, redactorul șef adjunct este preocupat preponderent de standardele editoriale ale produsului radiofonic. După o analiză profundă a activității grupurilor editoriale pe termen mediu (6-10 luni) prioritar ar fi:

A. Evaluarea și reorganizarea rețelei de corespondenți prin:

1. Dotarea tehnică necesară și pregătirea pentru exploatarea eficientă a bazei tehnico – logistice (microstagioni de editare digitală a sunetului și înregistrări)
2. Stabilirea unor standarde clare, includerea lor în fișa postului sau contractul de colaborare, ca anexă
3. Clarificarea statutului corespondenților fără carte de muncă: drepturi, prerogative, responsabilități, egalizarea condițiilor de lucru
4. Reorganizarea rețelei, în funcție de primele rezultate obținute după parcurgerea celor trei etape anterioare.

B. Accent susținut pe managementul carierei profesionale, un domeniu aflat oarecum în penumbră până în prezent. Se va realiza prin:

1. Sprijinirea doctoranzilor în domeniu. În prezent există trei angajați cu studii doctorale finalizate și diplome obținute, alți trei membri ai echipei sunt în curs de obținere a acestui

titlu.

2. Promovarea personalului de execuție la concursuri și stadii de pregătire propuse de: SRR, CJI, EBU, MR, etc. Susținerea pentru studii postgraduale de specialitate, altele decât cele doctorale (cursuri de master, ateliere, specializări).
3. Reglementarea condițiilor în care se face promovarea internă (pe post). Aprobarea unui set de criterii profesionale și etice care să permită o taxonomie nuanțată, plauzibilă.
4. Înființarea distincțiilor denumite „Premiile Donat 160” — o inițiativă proprie aflată în stadiul de dezbatere internă, la nivelul managementului de vârf și de mijloc. Regulamentul prevede bonificarea anuală a activității celui mai merituos angajat pe compartimente: editorial, grupurile de producție în limba română, respectiv maghiară, compartimentul tehnic și cel economico-administrativ. Punctajul va fi atribuit de managementul studioului, la inițiativa șefului imediat ierarhic, iar în evaluare vor conta voturile colegilor din compartiment, respectiv opinia unui specialist din afara Radio România Cluj. Premiile ar contribui la întărirea spiritului identitar (se preconizează ca decernarea să aibă loc în cadrul Zilelor Radioului din luna martie, când studioul își sărbătorește „ziua de naștere”) vor mări gradul de loialitate al angajaților și vor induce atmosfera benefică a unei concurențe profesionale interne.

C. Menținerea vizibilității și notorietății Radio România Cluj, prin:

1. Parteneriate media la evenimente culturale și sportive majore (TIFF, FITS, TMC, etc.)
2. Implicarea personală în campanii proprii : Inimi pentru inimi, Programul Nașul - (grupul de producție în limba maghiară)
3. Susținerea producțiilor proprii: Zilele Radio Cluj, Festivalul Armonia, înregistrări pentru CD-uri în Sala de Concerte (Taraful din Sic și Tasnady Erika, proiect realizat în 2010), Ansamblul Folker, Gázsa Band, Sántha Emőke.
4. Inițierea unui festival folcloric în memoria lui Dumitru Vârtic și a Codruței Aron Vârtic (prima ediție preconizată în 2013 ca proiect special bugetat din fonduri SRR)

D. Derularea proiectului „**Radio România Cluj - Pol cultural**”. Acesta se încadrează printre direcțiile corporatiste (POS Cap. 6 Tehnic, pct.3: adoptarea de soluții tehnice performante pentru producție și emisie radio).

Este vorba de realizarea unei săli polifuncționale, moderne în oferta de spații culturale clujene, care ar putea asigura introducerea în circuitul manifestărilor culturale a Studioului Radio România Cluj. Pregătirea documentației pentru licitații se apropie de faza finală, urmând ca intervenția efectivă: montarea scenotehnicii pe tavanul Sălii de Concerte să se producă în iulie - august-septembrie 2012. Redactorul șef adjunct este membru al comisiei care coordonează și supervizează acest efort, cea mai mare investiție ca volum a Radio România Cluj din ultimele două decenii, (peste 540 mii E). Definitivarea modernizării este preconizată la finele anului, când va fi nevoie de elaborarea unei strategii de exploatare a spațiului astfel obținut. S-a identificat două metode de valorificare: a). prin contract de colaborare cu o agenție de impresariat artistic, sau b). formarea unui serviciu de brokeraj cultural. Reînnoita și utilata capacitate va avea un program axat pe trei direcții:

1. spectacole produse de Radio România Cluj (Acusticon, Din grădina cu flori multe, concerte și recitaluri de muzică clasică și ușoară, spectacole lectură, de teatru radiofonic cu public etc.)
2. coproducții cu alte instituții sau entități culturale din zona artei independente ;
3. parteneriate cu instituții de spectacole (inclusiv din afara municipiului Cluj Napoca pentru a lărgi oferta culturală locală)

Provocări și concluzii

Cu doi ani în urmă, vorbind într-un anturaj profesional despre viitorul (chiar soarta) studioului regional ca post public, menționez faptul că acest orizont de așteptare se va concretiza, ori va fi sancționat în funcție de contextul mai amplu, de modificările survenite în întreg sistemul media din România și nu primordial de schimbările din interiorul instituției. Menționez importanța, necesitatea unei strategii culturale (printre care și cea a comunicării) naționale cu o bătaie medie de cel puțin 10-15 ani. În acest context SRR și RRCj – parte integrantă a radioului public vor fi percepute ca elemente organice ale patrimoniului cultural național, există șansa unei revigorări reale. Evoluțiile survenite de atunci mă constrâng la o oarecare revizuire a acestei aprecieri.

Prioritățile și obiectivele esențiale, bine definite și nuanțate pe parcursul realizării lor, au conferit un alt câmp de interpretare a valențelor segmentului audio în plan regional. Delegarea unor competențe la nivelul acestei entități corporatiste a lărgit spațiul de manevră, concomitent cu mărirea responsabilităților privind pregătirea, luarea și respectarea deciziilor. Sunt îndeplinite premisele ca actul managerial să comporte spirit de inițiativă, creativitate și deschidere pronunțată, să fie capabil să ofere răspunsuri la provocările unei lumi în perpetuă (și tot mai galopantă) schimbare, confruntată cu răsturnări și reevaluări ale sistemului valoric.