

Cum va arăta TVR în 2016? Viitorul televiziunii publice, dincolo de mandate

Televiziunea Română se află la un moment de răscruce în existența sa. În 2006, TVR împlinește 50 de ani. De la instrument de propagandă, la țintă a presiunii din partea politicului și a unei autocenzuri instinctive, TVR e pe cale să devină un adevărat serviciu public de televiziune, o instituție lipsită de ingerințe politice sau de orice alt fel și care își mulțumește publicul, îl informează, educă și distrează.

Pentru a atinge aceste obiective, TVR trebuie să facă eforturi pentru a înlătura imaginea „prăfuită” și pentru a recâștiga încrederea celor ce percep încă TVR drept vechea televiziune „de stat” care îi manipula. Schimbarea acestei percepții este o provocare enormă, pentru anii ce vor veni, iar pentru a reuși, TVR trebuie să-și schimbe mentalitatea, trebuie să-și modernizeze toate programele, dar și întreaga instituție, în ansamblul ei. Întrebarea de bază la care va trebui să răspundem este: „Cum să oferim publicului cele mai bune și diverse programe drept răsplătă pentru taxa pe care acesta o plătește?”.

Pe de altă parte, televiziunea în general este în plin proces de transformare. Deja noțiunea de televiziune nu mai este asociată cu un ecran prin care se transmite mesajul doar dintr-o parte, ci folosește mai multe canale și presupune interactivitate.

În ce direcție va merge TVR? Cum va arăta TVR peste 10 ani? Care sunt obiectivele noastre de perspectivă? Este esențial să ne gândim la continuitatea unei viziuni în ce privește viitorul televiziunii publice; aceasta e mult mai importantă decât o persoană, o echipă sau mandatele unor consilii de administrație. Credem că eșecurile sau crizele ultimilor ani din TVR, decredibilizarea instituției în rândul publicului s-au datorat lipsei unei strategii coerente și concrete în ce privește răspunsul la o întrebare simplă: „cum va arăta TVR în viitorul apropiat?”.

Obiectivele Televiziunii Române

1. TVR trebuie să devină **instituția media cea mai credibilă** din audiovizualul românesc, garant pentru o informare obiectivă și imparțială.

2. **Îmbunătățirea calității programelor și diversificarea ofertei**. Pentru aceasta, un procent mai mare din bugetul TVR trebuie direcționat către producția de programe, așa cum s-a întâmplat în ultimul an. Cuvântul cheie trebuie să fie **creativitatea** – a angajaților, a programelor, a campaniilor derulate.

3. **Diversificarea portofoliului de canale** – urmând exemplul multor televiziuni europene, televiziunea publică își propune să înființeze un canal de știri, dublat de un website activ dedicat știrilor. Oferta TVR va trebui să cuprindă și alte canale tematice, cum ar fi cele dedicate programelor pentru copii și tineret sau unor programe din arhiva TVR.

4. **TVR va deveni un furnizor important de conținut pentru mediile noi de comunicare (new media)**.

Televiziunea „tradițională” se schimbă și se transformă într-o lume nouă, interactivă, mobilă și cu o multitudine de receptori. Digitalizarea, telefonie mobilă și internetul au schimbat total



modul de lucru în televiziune. Audiența programelor se schimbă deopotrivă; în scurt timp va trebui să satisfacem tineri din ce în ce mai exigenți, care vor să experimenteze **conținut nou**, să extragă segmente filmate de TVR și să le folosească. Website-urile programelor TVR trebuie să fie de calitate, originale, creative. Perioada „on-demand” este mai aproape decât credem și va schimba radical modul în care publicul își va alege programele. **TVR trebuie să devină un serviciu mult mai interactiv** și să propună în permanență audienței provocări noi, care să o determine să fie activă, implicată, să participe efectiv la realizarea de programe.

5. **TVR trebuie să recâștige segmentele de audiență pe care le-a pierdut în timp – cel mai important fiind publicul tânăr**, care este tot mai greu de mulțumit. Trebuie să gândim proiecte, campanii, chiar și branduri noi pentru tineri, în special între 12 și 18 ani, iar conținutul tv trebuie să fie livrat în special prin noile canale de comunicare.

6. **Profesioniștii TVR trebuie să poată face față la schimbări și provocări**. Într-un mediu audiovizual în schimbare, TVR are nevoie de forță de muncă mult mai flexibilă. Pentru asta, sunt necesare programe continue de evaluare, training și perfecționare.

7. **TVR trebuie să-si cunoască mai bine publicul**. Pentru aceasta, sunt necesare cercetări de audiență sistematice, care să fie folosite în alcătuirea grilelor.

8. TVR trebuie să ofere **programe pe gusturile tuturor categoriilor de public**, dar să și înțeleagă că are nevoie de continuitate. Aceasta presupune să mulțumească **inclusiv telespectatorii mai în vârstă și din zona rurală**, cărora numai TVR le furnizează serviciul de televiziune dorit.

9. **TVR trebuie să aibă notorietate în rândul publicului și să recâștige încrederea lui**. Pentru aceasta, conținutul de calitate pe care îl oferă trebuie dublat de un marketing agresiv.

10. **Birocrația trebuie eliminată** pentru a permite managementului de orice nivel să își asume responsabilități și să ia decizii. Această schimbare ar trebui efectuată alături de o mult mai mare **transparență** în luarea acestor decizii.

11. **TVR are nevoie de stabilitate financiară**, ceea ce presupune o actualizare a veniturilor din toate sursele posibile direct proporțională cu evoluțiile pieței, astfel încât acestea să fie cel puțin la același nivel cu inflația.

12. **TVR are nevoie un cadru legislativ stabil**, care să-i permită să-și îndeplinească misiunea de serviciu public și să îi garanteze independența.

Suntem convinși că acest set de obiective precum și alte proiecte în curs de derulare trebuie să se regăsească anual într-o formă de angajament public precis care să reflecte în termeni foarte clari asumarea răspunderii față de publicul plătitor. Un astfel de document va conține toate proiectele concrete ale TVR de-a lungul unui an, de la programele noi, la numărul de ore dedicat unui anumit gen de programe, la dezvoltarea studiourilor teritoriale, la felul în care sunt reprezentate minoritățile etc. Toate aceste proiecte vor putea fi clar evaluate la finalul unui an și vor fi o oglindă a activității managementului TVR.

