**PROIECT DE INTENȚIE**

**PRIVIND GESTIONAREA-DEZVOLTAREA IPNA COMPANIA ”TELERADIO MOLDOVA”**

Compania ”Teleradio Moldova” are o sarcină importantă: de a asigura **pluralismul, libera exprimare a ideilor și opiniilor, libera comunicare a informațiilor, precum și informarea corectă a opiniei publice.**

**Pe scurt, misiunea ”Teleradio Moldova” este:**

* **să informeze** echilibrat, clar, obiectiv, prompt, exact si relevant;
* să reprezinte un **factor de educare**, prin formarea principiilor unui sistem de valori; morale si prin sustinerea valorilor naționale și universal;
* să trezească şi să promoveze interesul pentru **cultură;**
* să ofere un **divertisment de calitate** având **o proeminentă componentă educativă;**
* **să promoveze Republica Moldova** prin reflectarea actualităţii, culturii şi civilizaţiei naționale.

Pentru ca misiunea posturilor naționale de radio și televiziune sa fie atinsă, trebuie:

1. **Să consolidăm autonomia și independența editorială a Companiei ”Teleradio Moldova” prin:**
* excluderea impunerii oricăror influențe asupra ei provenind din afara cadrului legal care îi stabileşte existenţa şi funcţionarea;
* exercitarea nestingherită a dreptului de a hotărî singură asupra politicii de programe, potrivit mandatului încredinţat de lege, asupra modului în care această politică este pusă în practică prin programele realizate şi difuzate, asupra aspectelor editorial-artistice regăsite în forma şi conţinutul programelor respective.
1. **Să consolidăm independența financiară a Companiei ”Teleradio Moldova” prin:**
* gestionarea transparentă a fondurilor;

sporirea productivității ca rezultat al eficientizării fiecărui loc de muncă;

* îmbunătăţirea grilelor de emisie şi stabilirea priorităţilor editoriale;
* elaborarea caietului de sarcini de jos în sus (prin dezbateri interne în cadrul Radiodifuziunii și Televiziunii) şi participarea la dezbaterea largă în societate până la aprobarea lui, astfel ca serviciile de programe ale Companiei, care vin să răspundă interesului public, să fie motivate în solicitările de acoperite financiară;
* participarea în proiecte naţionale şi internaţionale de instruire, schimb de programe, coproducţii, care ar contribui la suplimentarea bugetului Companiei şi îmbunătăţirea grilelor de emisie;
* atragerea de mijloace financiare din proiecte internaţionale în domeniu, din donaţii şi sponsorizări;
* identificarea oportunităţilor de marketing/vânzare de programe în ţară şi în străinătate;
* comercializarea producţiei muzicale;
* elaborarea strategiilor de marketing în cadrul transmisiunilor în direct de la evenimente publice de amploare;
* darea în arendă a spaţiului liber de producţie (studiourile radio şi TV);
* organizarea vânzării copiilor de pe materialele de arhivă;
* **inițierea demersurilor și procedurilor pentru atingerea unui consens politic în vederea introducerii taxei de abonament de radio şi de televizor.** (Nu există nici un motiv pentru care în Republica Moldova finanţarea serviciului public de radio şi televiziune, unicul model de perspectivă al difuzorului public, nu poate fi realizată prin intermediul unei taxe generale obligatorii. Prin aceasta, va fi stabilită relaţia necesară directă şi interactivă între utilizatorul şi prestatorul de servicii publice, ceea ce va avea impact benefic asupra calităţii serviciului public. Trecerea la un nou mod de finanţare trebuie să fie pusă în aplicare treptat, în urma unui studiu profesionist. Pentru aceasta va fi asigurat nu doar consensul politic necesar, dar se va efectua şi o promovare a noului sistem de finanţare, inclusiv prin intermediul programelor Companiei, organizând discuţii publice cu cetăţenii)
1. **Să perfecționăm personalul de specialitate al Companiei ”Teleradio Moldova” prin:**
* **elaborarea și adoptarea unor seturi de norme deontologice, proprii activităţii editoriale din serviciul public de radio și televiziune, Statutul jurnalistului Radiodifuziunii publice și Statutul jurnalistului Televiziunii publice,** care să garanteze apărarea jurnaliștilor şi a celorlalţi realizatori de emisiuni faţă de încercările de a li se ştirbi independenţa profesională şi de a li se leza drepturile, exercitarea profesiei de jurnalist şi de realizator de emisiuni în condiţii de răspundere profesională, morală sau juridică.
1. **De asemenea este necesar să definim clar care sunt Mijloacele Specifice, prin care ajungem la o finalitate, acestea trebuind a fi Măsurabile, Adecvate, Realiste si cu termen de Timp dat.**

**Mijloacele Specifice** sunt:

* analiza si evaluarea organizatiei;
* proiectarea și implementarea soluțiilor;
* obținerea feed-back-ului.

# **Mijloacele Măsurabile** sunt:

# în primul rând, datele pe care le furnizează studiile cantitative de audiență;

# de asemenea trebuie avută în vedere comandarea studiilor calitative de audiență;

# care este creșterea numărului de auditori și telespectatori;

# un alt parametru care se poate măsura este numărul de preluări în altă presă a știrilor, declarațiilor ce se fac la Radio Moldova și și postul national de televiziune.

**Mijloacele Adecvate** sunt:

* folosirea cunoștințelor profesionale;
* folosirea abilităților de manager;
* folosirea abilităților de comunicare;
* adoptarea unei atitudini positive.

**Mijloacele Realiste** sunt:

* descoperirea și folosirea, în urma analizei și evaluării organizației, a calităților actualului potențial și maximizarea lor;
* eliminarea pericolelor si găsirea de noi soluții.

**Mijloacele cu termen de Timp:**

# sunt necesare termene de timp pentru fiecare acțiune întreprinsă.

#  **Un manager al Teleradio Moldova ar trebui să ofere în primul rand:**

* cunoștințe, abilități și atitudine care constituie profesionalismul managerului;
* managementul trebuie să fie îndreptat către buna organizare, competitivitate, echilibru și îndreptarea către audiența produsului media;
* către analiza mediului extern;
* către rentabilizare, către cresterea veniturilor si micșorarea cheltuielilor.

 **Un manager responsabil al Teleradio Moldova va actiona în sensul:**

* rezolvării problemelor de organizare, relaționare și de cultură organizațională;
* modernizării produselor media si creșterii audienței posturilor naționale de radio si televiziune;
* **conștientizarii cetățenilor de necesitatea existenței unui serviciu de informare si educare;**
* **recăpătării încrederii populației în posturile naționale de radio și televiziune și schimbării percepției că acestea sunt instrumente politice;**
* impulsionării campaniilor de branding;
* promovării organizației pe alte canale media;
* reducerii cheltuielilor din toate subdiviziunile;
* creșterii constante a veniturilor proprii;
* **realizării unei școli de jurnalism radio si televiziune de calitate.**

În toată activitatea noastră vom porni de la ideea că **posturile naționale de radio și televiziune sunt cele mai importante medii de comunicare ale Republicii Moldova, că acestea dispun de cea mai buna rețea de distributie a semnalului, că acestea trebuie să fie o școală pentru jurnaliști.**

Dar cel mai important lucru pe care îl vom avea în vedere este ideea că **posturile publice de radio și televiziune trebuie să fie principalul furnizor de informație pentru Republica Moldova.** Motive:

* sunt cele mai rapide căi de comunicare;
* sunt cele mai ieftine căi de comunicare;
* sunt cele mai facile căi de comunicare.

Și, nu în ultimul rând, aceste posturi sunt **singurele canale media care promovează și conservă cultura noastră națională.**

Un principiu fundamental de care trebuie să se conducă echipa managerială este că **posturile naționale de radio și televiziune informează, educă, dar nu distrează audiența,** componenta “distracție” rămânând posturilor comerciale. Emisiunile “distractive” difuzate de posturile publice de radio și televiziune trebuie sa aiba un pronunțat caracter educativ.

**PROBLEMELE ORGANIZATIEI:**

1. Gestionarea ineficientă a resurselor umane (Implementarea managementului calității ce cuprinde implicit și strategia de resurse umane, care să cuprindă procedurile de recrutare și de selectție de personal transparente).

2. Comunicare greoaie pe verticală (conducere – angajati si angajati – conducere). (Este nevoie de o mai bună coordonare a activităţilor specifice realizare – producție - difuzare, dar şi a celor administrative)

3. Comunicare greoaie pe orizontală – între subdiviziunile Companiei și între departamente (Trebuie eficientizate fluxurile informaţionale între canale–departamente și promovarea muncii în echipă).

4. Existenţa unui nivel înalt de birocraţie (Eliminarea birocrației unde este cazul, desfiinţarea compartimentelor care nu şi-au dovedit utilitatea, înfiinţarea unor structuri noi, flexibile, care să răspundă cerinţelor unui serviciu public european).

5. Nu există un control al cheltuielilor de producție și emisie.

6. Digitalizarea și automatizarea producției ineficientă.

7. Disproporţii majore între dimensiunea diferitelor departamente şi volumul activităţilor desfăşurate.

8. Activităţi identice sau similare desfăşurate de mai multe departamente şi probleme semnificative de suprapunere şi coordonare.

9. Grad scăzut de încredere între angajaţi şi manageri (Realizarea unui proiect de schimbare a culturii organizaționale).

10. Nu există un sistem de evaluare a performanţelor corect si acceptat. (Crearea unui sistem sănătos de recompensare a performanțelor profesionale, dezvoltarea de metode de rezolvare a problemelor cauzate de angajaţii mai puţin performanţi).

11. Discrepanţe între modul de raportare formal şi cel real, raportare administrativă formală slabă (format, frecvenţă şi responsabilitate). (Sistemul de raportare a managementului trebuie îmbunătăţit în termeni de transparenţă, asumarea responsabilităţii şi orientare pe scop.)

12. Lipsa **Scolii Teleradio Moldova.** (Realizarea de parteneriate cu facultățile de jurnalism, cu ONG-uri media pentru a asigura tinerilor ce studiază aici posibilitatea familiarizării cu munca în radio și televiziune și angajării lor ulterioare.

**Rolul jurnalistului de radio și televiziune rămâne unul esenţial în crearea, comunicarea şi distribuirea unui produs editorial demn de încredere, de înaltă calitate, responsabil, care să servească nevoilor unei societăţi în continuă schimbare.**

 ***23.05.2015 ȘtefanSecăreanu***